

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.6 Kerangka Perancangan.....	6

	1.7	Pembabakan.....	7
BAB II		DASAR PEMIKIRAN.....	9
	2.1	Komunikasi.....	9
	2.1.1.	Pengertian Komunikasi.....	9
	2.1.2.	Komunikasi Massa.....	9
	2.1.3.	Media Komunikasi.....	9
	2.1.4.	Jenis-jenis Media Komunikasi.....	10
	2.2	Kampanye.....	11
	2.2.1.	Pengertian Kampanye.....	11
	2.2.2.	Ideologically or Cause Oriented Campaigns.....	11
	2.3	Desain Komunikasi Visual	11
	2.4	Unsur-unsur Pada Desain.....	11
	2.5.1.	Garis.....	11
	2.5.2.	Bentuk.....	12
	2.5.3.	Tekstur.....	14
	2.5.4.	Gelap Terang/Kontras.....	14
	2.5.5.	Ukuran.....	14
	2.5.6.	Warna.....	14
	2.5	Prinsip-prinsip kerja Desain.....	16

	2.6.1.	Keseimbangan.....	16
	2.6.2.	Irama.....	17
	2.6.3.	Penekanan / Dominasi.....	17
	2.6.4.	Kesatuan.....	18
	2.6	Tipografi.....	18
	2.7	Layout.....	19
	2.8	Analisis Matriks.....	21
	2.9	Hukum.....	21
	2.10	Cyber Crime.....	22
BAB	III	DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	23
	3.1	Data Institusi Pemberi Proyek.....	23
	3.2	Data Objek.....	30
	3.3	Data Khalayak Sasaran.....	32
	3.4	Data Kegiatan Sejenis.....	33
	3.5	Data Wawancara.....	39
	3.6	Hasil Kuisisioner.....	41
	3.7	Analisis Data.....	49
	3.8	Pengambilan Kesimpulan.....	55
BAB	IV	KONSEP DAN PERANCANGAN.....	57

4.1	Konsep.....	57
4.1.1.	Konsep Pesan.....	57
4.1.2.	Konsep Kreatif.....	57
4.1.3.	Konsep Visual.....	59
4.1.4.	Konsep Media.....	63
4.2	Proses Perancangan.....	65
4.2.1.	Logo.....	65
4.2.2.	Motion Graphic.....	66
4.3	Hasil Perancangan.....	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
	DAFTAR PUSTAKA.....	74
	LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Garis.....	12
Gambar 2.2	Bentuk Geometrik.....	12
Gambar 2.3	Bentuk Natural.....	13
Gambar 2.4	Bentuk Abstrak.....	13
Gambar 2.5	Warna Primer.....	15
Gambar 2.6	Warna Sekunder.....	15
Gambar 2.7	Warna Tersier.....	15
Gambar 2.8	Warna Netral.....	16
Gambar 3.1	Logo Id-SIRTII/CC.....	23
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Id-SIRTII/CC.....	25
Gambar 3.3	Id-SIRTII/CC goes to school (SMUN 3 Bogor).....	27
Gambar 3.4	Training khusus diadakan oleh Id-SIRTII/CC dan lembaga lain.....	28
Gambar 3.5	Workshop Cyber Forensic & Security Assesment di Yogyakarta.....	28
Gambar 3.6	Website id-sirtii/cc	29
Gambar 3.7	Sosial media id-sirtii/cc.....	29
Gambar 3.8	Situs youtube id-sirtii/cc	30
Gambar 3.9	Logo Turn Back Crime.....	33
Gambar 3.10	Website Turn Back Crime.....	34

Gambar	3.11	Media Sosial yang dipakai Turn Back Crime.....	34
Gambar	3.12	Launching Turn Back Crime di Jakarta.....	36
Gambar	3.13	Atribut Turn Back Crime.....	36
Gambar	3.14	Logo Save child on the internet.....	37
Gambar	3.15	Peluncuran Gerakan Save Child On the Internet.....	37
Gambar	3.16	T-shirt Save Child On the Internet.....	38
Gambar	3.17	Foto penulis bersama narasumber Rudi Lumanto.....	39
Gambar	4.1	Gaya gambar flat design.....	60
Gambar	4.2	Konsep warna	61
Gambar	4.3	Font arial, arial black dan haettenschweiler	62
Gambar	4.4	Perbandingan layout simetris dan asimetris	63
Gambar	4.5	Rancangan Logo	66
Gambar	4.6	Rancangan Poster	69
Gambar	4.7	Rancangan X-banner	69
Gambar	4.8	Rancangan billboard	70
Gambar	4.9	Rancangan Brosur	70
Gambar	4.10	Rancangan iklan majalah	71
Gambar	4.11	Rancangan <i>gimmick</i>	71
Gambar	4.12	Rancangan Sosial Media.....	72
Gambar	4.13	Rancangan Online activation.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Perbandingan Kampanye Berdasarkan Kegiatan	49
Tabel 3.2	Perbandingan Kampanye Berdasarkan Media	50
Tabel 3.3	Perbandingan Kampanye Berdasarkan Teori Visual	53
Tabel 4.1	Tahapan dan tujuan media	59
Tabel 4.2	Tahapan dan lokasi penempatan	65
Tabel 4.3	Urutan motion graphic	66