

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Perancangan	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Bagi Mahasiswa	6
1.5.2 Bagi Institusi	6
1.5.3 Bagi Masyarakat.....	6
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode Yang Digunakan	6

1.6.2	Metode Pengumpulan Data	7
1.7	Kerangka Berpikir	8
1.8	Sistematika Penulisan	9

BAB II PROFIL DASAR PEMIKIRAN..... 10

2.1	Desain Komunikasi Visual	10
2.2	Teori Kampanye	10
2.2.1	Pengertian Kampanye	11
2.2.2	Jenis Kampanye.....	11
2.2.3	Komunikasi Pada Kampanye	12
2.2.4	Pesan Dalam Kampanye.....	12
2.3	Teori Periklanan	13
2.3.1	Pengertian Periklanan.....	13
2.3.2	Periklanan Kemasyarakatan	14
2.3.3	Fungsi dan Tujuan Periklanan	14
2.4	Media	15
2.4.1	Pengertian Media	15
2.4.2	Macam-macam Media	16
2.5	Psikologi	18
2.6	Pembentukan Prilaku	19
2.7	Hubungan Manusia dengan Lingkungannya	19
2.8	Undang-Undang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan	20

2.9	Teori Unsur-unsur pada Desain	20
2.9.1	Garis	20
2.9.2	Bentuk	21
2.9.3	Warna	23
2.10	Tipografi	27
2.11	Klasifikasi Huruf	28
2.12	<i>Copywriting</i>	28
2.13	<i>Layout</i>	29
BAB III DATA DAN ANALISIS		30
3.1	Data dan Fakta	30
3.1.1	Lembaga Pendukung	30
3.1.2	Profil Lembaga Pendukung	30
3.1.3	Visi dan Misi Satlantas Polrestabes Bandung	31
3.1.4	Tugas dan Fungsi Satlantas	32
3.2	Kampanye Sejenis	33
3.2.1	Kampanye Cegah Anak-anak Mengendarai Sepeda Motor	33
3.2.2	Kampanye Kesadaran Berlalu lintas	40
3.2.3	Kampanye <i>I Wanna Get Home Safely</i>	46
3.3	Data Khalayak Sasaran	51
3.4	Data Observasi	55
3.5	Data Wawancara	56
3.5.1	Wawancara dengan Unit Laka Lantas	56

3.5.2	Wawancara dengan Unit Tilang.....	58
3.6	Data Kuesioner	59
3.7	Metode Analisis	59
3.7.1	Analisis Matriks Terhadap Kegiatan Sejenis	60
3.7.2	Analisis <i>SWOT</i>	62
3.8	Hasil Analisis	64
3.9	Pesan Kampanye	65
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		67
4.1	Strategi Kampanye	67
4.2	Konsep Perancangan	69
4.2.1	Tujuan Komunikasi	69
4.2.2	Pendekatan Komunikasi	70
4.2.3	Gaya Bahasa	70
4.2.4	Strategi Pesan.....	70
4.2.5	Strategi Kreatif.....	72
4.2.5.1	Visual <i>Target Audiens</i> dan Indikator	73
4.3	Strategi Media	74
4.3.1	Media Utama	74
4.3.2	Media Pendukung	74
4.4	Konsep Visual.....	75
4.4.1	Studi Logo	75
4.4.2	Studi Visual pada Logo dan Warna	76

4.4.3	Proses Desain Logo	77
4.4.4	Studi Visual Warna.....	78
4.4.5	Studi Visual <i>Layout</i>	78
4.4.6	Studi Visual Tipografi	80
4.5	Hasil Perancangan	81
4.5.1	Media Utama	81
4.5.1.1	<i>Pra-Event</i>	81
4.5.1.2	<i>Big Event</i>	83
4.5.2	Media Pendukung.....	87
4.5.3	Timeline Media.....	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		97
BIODATA		105