

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2. Permasalahan</b> .....	3
<b>1.2.1. Identifikasi Masalah</b> .....	3
<b>1.2.2. Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3. Ruang Lingkup</b> .....	4
<b>1.4. Tujuan Perancangan</b> .....	4
<b>1.5. Manfaat Perancangan</b> .....	5
<b>1.6. Metode Penelitian</b> .....	5
<b>1.6.1. Metode yang digunakan</b> .....	5
<b>1.6.2. Metode Pengumpulan Data</b> .....	5
<b>1.6.3. Metode Analisis</b> .....	6
<b>1.7. Kerangka Perancangan</b> .....	7
<b>1.8. Sistematika Penulisan</b> .....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	9
<b>2.1. Komunikasi</b> .....	9
<b>2.1.1. Bauran Komunikasi</b> .....	9
<b>2.1.2. Strategi Komunikasi</b> .....	11
<b>2.2. Periklanan (Advertising)</b> .....	12
<b>2.3.1. Strategi periklanan</b> .....	12
<b>2.3.2. Peran Advertising</b> .....	13
<b>2.3.3. Tipe Advertising</b> .....	14

2.4.	Kampanye .....	15
2.4.1.	Jenis jenis kampanye .....	15
2.4.2.	Strategi komunikasi dalam berkampanye.....	16
2.5.	Desain Komunikasi Visual.....	17
2.5.1.	Maksud dan Tujuan Desain Komunikasi Visual .....	17
2.5.2.	Unsur – Unsur Pada Desain .....	18
2.5.3.	Prinsip – prinsip Komposisi .....	22
2.6.	Teori tipografi.....	24
2.6.1.	Mengenal Anatomi huruf .....	25
2.7.	Teori warna.....	27
2.7.1.	Warna dalam psikologi.....	30
2.8.	Teori layout .....	31
2.8.1.	Menyusun Layout Iklan .....	32
2.9.	Logo .....	33
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>		<b>35</b>
3.1.	Data pemberi proyek.....	35
3.1.1.	Komisi Perlindungan Anak Indonesia .....	35
3.1.2.	Visi dan Misi .....	36
3.1.3.	Struktur Organisasi .....	37
3.1.4.	Tugas Pokok .....	37
3.2.	Data Kasus .....	38
3.3.	Data Khalayak Sasaran .....	40
3.4.	Data Kampanye Sejenis .....	42
3.4.1.	Organisasi Aksi Solidaritas Era ( OASE ).....	42
3.4.2.	Save Our Brain.....	44
3.5.	Data Empirik .....	46
3.5.1.	Data Hasil Observasi .....	46
3.5.2.	Data Wawancara.....	46
3.6.	Analisis .....	47
3.6.1.	Metode Analisis Matriks Kampanye Sejenis.....	47
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>50</b>
4.1.	Konsep Perancangan.....	50
4.1.1.	Tujuan Komunikasi .....	50
4.1.2.	Pendekatan Komunikasi.....	50

4.1.2. Strategi Pesan .....	51
4.2. Strategi kreatif .....	52
4.2.1. Creatuf Brief .....	53
4.3. Strategi Media .....	54
4.3.1. Media Utama .....	54
4.3.2. Media Pendukung .....	55
4.4. Strategi Visual .....	56
4.4.1. Konsep Visual .....	56
4.4.2. Gaya Visual .....	57
4.5. Hasil Perancangan .....	58
4.5.1. Logo Kampanye .....	58
4.5.2. Event .....	59
4.5.3. Poster Event .....	59
4.5.4. Viral Post .....	60
4.5.5. Poster .....	61
4.5.6. Motion Graphic .....	61
4.5.7 Website .....	64
4.5.8 Lift Ad .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1. Simpulan .....	67
5.2. Saran dan rekomendasi .....	67
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>69</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>70</b>