

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Observasi	4
1.6.2 Wawancara	4
1.6.3 Studi Pustaka	5
1.6.4 Metode Kuesioner.....	5
1.7 Kerangka Perancangan	6
1.8 Pembabakan.....	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kampanye.....	8
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	8
2.1.2 Tujuan Kampanye.....	8
2.1.3 Jenis Kampanye	8
2.1.4 Strategi Kampanye.....	9
2.2 Desain Komunikasi Visual	16
2.2.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	16

2.2.2 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	16
2.2.3 Prinsip-prinsip kerja desain	18
2.2.4 Tipografi	19
2.2.5 <i>Layout</i>	21
2.2.6 Logo	22
2.2.7 Copywriting	22
2.3 Bagan Teori	23
BAB III.....	24
DATA DAN ANALISIS MASALAH	24
3.1 Data	24
3.1.1 Data Institusi	24
3.1.2 Data Organisasi.....	26
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	27
3.1.4 Consumer Journey AOI (Activity Opinion Interest)	28
3.1.5 Data Kegiatan Sejenis.....	29
3.1.6 Daging Anjing	31
3.1.7 Data Wawancara.....	31
3.1.8 Kuesioner	33
3.2 Analisa data	37
3.2.1 Perbandingan Kampanye berdasarkan kegiatan dan media.....	37
3.2.2 STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	38
3.2.3 Penarikan Kesimpulan	40
BAB IV	42
KONSEP PERANCANGAN.....	42
4.1 Solusi Perancangan.....	42
4.2 Konsep Pesan	42
4.1.2 Strategi Pesan.....	42
4.1.3 Strategi Kreatif.....	43
4.1.4 Strategi Media.....	45
4.1.5 <i>Timeline Media</i>	47
4.2 Konsep Visual	48
4.2.1 Moodboard.....	48

4.2.2 Gaya Visual	48
4.2.3 Layout	49
4.2.4 Tipografi	50
4.2.5 Warna.....	50
4.3 Hasil Perancangan	51
4.3.1 Logo.....	51
4.3.2 Poster	52
4.3.3 Media Sosial	53
4.3.4 Spanduk Becak Motor	54
4.3.5 x-Banner	55
4.3.6 <i>Event</i>	56
4.3.7 Merchandise.....	58
BAB V.....	59
PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60