

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.1 Data Lapangan	4
1.5.2 Data Kajian Literatur	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6.1 Sistematika Penulisan	8
1.7 Sistematika Perancangan	10

BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Komunikasi	11
2.1.2 Kampanye	13
2.1.2.1 Jenis-jenis Kampanye.....	14
2.1.2.2 Kampanye Sosial.....	15

2.1.3 Event	17
2.1.4 Strategi Publikasi	18
2.1.5 Psikologi Warna.....	20
2.1.6 Semiotika	29
2.1.7 Aspek Kultural	30
2.1.8 Gaya Desain	31
2.1.8.1 Post-Modernisme Movement	31
2.1.9 Unsur Desain.....	34
2.1.10 Prinsip Desain	43
2.1.11 Ilustrasi pada Media Publikasi	45
2.1.12 Tipografi pada Media Publikasi.....	46
2.1.13 <i>Copywriting</i>	49
2.1.13.1 <i>Headline</i>	49
2.1.13.2 <i>Sub-Headline</i>	51
2.1.13.3 <i>Tagline</i>	52
2.1.13.4 <i>Bodycopy</i>	53
2.1.14 <i>Layout</i>	54
2.1.15 Grid	54
2.1.16 Video Infografis	55
2.2 Analisa Data	55
2.2.1 Gambaran Institusi	55
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	56
2.2.3 Data Kompetitor.....	57
2.2.4 SWOT	59

**BAB III KONSEP PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KAMPANYE
NON KOMERSIL ANTI *CATCALLING***

3.1 Konsep Media	60
3.1.1 Tujuan Media.....	60
3.1.2 Strategi Media	60
3.1.3 Pemilihan Media.....	62

3.1.3.1 Target.....	62
3.1.3.2 Panduan Media.....	64
3.1.3.3 Program Media.....	65
3.2 Konsep Kreatif.....	68
3.2.1 Keyword.....	69
3.2.2 Strategi Kreatif.....	70
3.2.2.1 Warna.....	70
3.2.2.2 Tipografi.....	71
3.2.2.3 Ilustrasi.....	73
3.2.2.4 Logo.....	74
3.2.2.5 Identitas Visual.....	74
3.2.2.6 Gaya Desain.....	75
3.2.2.7 <i>Layout</i>	76
3.2.3 Program Kreatif.....	76
3.2.3.1 Proses Cetak.....	76
3.2.3.2 Pra Produksi.....	77
3.2.3.3 Produksi.....	77
3.2.3.4 Pasca Produksi.....	78
3.3 Konsep Komunikasi.....	79
3.3.1 Tujuan Komunikasi.....	79
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	79
3.4 Perancangan Biaya.....	83
3.4.1 Produksi.....	83
3.4.2 Promosi.....	84

BAB IV DESAIN DAN APLIKASI

4.1 Logo.....	86
4.1.1 Logo.....	86
4.1.2 Slogan.....	86
4.1.3 Penerapan Identitas Visual.....	87

4.2 <i>Stationary</i>	89
4.2.1 Kop Surat	89
4.2.2 Amplop	90
4.2.3 Kartu Nama	92
4.3 Media Publikasi.....	93
4.3.1 <i>Company Profile</i>	93
4.3.2 Poster.....	95
4.3.3 Brosur.....	100
4.3.4 Flyer	101
4.3.5 Spanduk.....	103
4.3.6 <i>Billboard</i>	105
4.3.7 Iklan Majalah	107
4.3.8 Iklan Tabloid.....	108
4.3.9 Feed Instagram.....	110
4.3.10 Video Infografis	111
4.4 <i>Merchandise</i>	113
4.4.1 Kalender.....	113
4.4.2 Totebag	113
4.4.3 <i>T-Shirt</i>	114
4.4.4 <i>Notebook</i>	115
4.4.5 Pin	115
4.4.6 Gantungan Kunci	116
4.4.7 Pulpen	116
4.4.8 Tumbler.....	117
4.4.9 Mug.....	117
4.4.10 Kipas	118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	120
5.2.1 Saran untuk Lembaga Pendidikan.....	121

5.2.2 Saran untuk Lembaga Terkait.....	121
5.2.3 Saran untuk Lembaga Mahasiswa.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	125