

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
SURAT PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
UCAPAN TERIMA KASIH	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR	X
ABSTRAK	XI
ABSTRACT	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	2
1.2.1. Identifikasi Masalah	2
1.2.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Ruang Lingkup.....	2
1.4. Cara Pengumpulan Data	3
1.5. Manfaat Perancangan.....	3
1.6. Keterbatasan Perancangan	3
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II PERSPEKTIF TEORI.....	5
2.1. Tinjauan Umum	5
2.1.1. Desain Grafis	5
1. Sejarah Desain Grafis	5
2. Batasan Media	7
3. Prinsip dan Unsur Desain	7

4. Keterampilan	8
2.1.2. Prinsip-Prinsip Desain	8
1. Keseimbangan (<i>Balance</i>)	9
2. Tekanan (<i>Emphasis</i>)	9
3. Irama (<i>Rhythm</i>)	9
4. Kesatuan (<i>Unity</i>)	10
5. Proporsi	10
2.1.3. Elemen-Elemen Desain	11
1. Titik	11
2. Garis	12
3. Bentuk & Ruang (<i>Form & Space</i>)	12
4. Warna	12
5. Tekstur	13
2.1.4. Tipografi	14
1. Pengertian Tipografi	14
2. Anatomi Huruf	14
3. Parameter Tipografi	15
4. Pemformatan Tipografi (<i>Formatting</i>)	19
5. Prinsip-Prinsip Tipografi	21
2.1.5. Layout	23
2.1.6. Logo	24
1. Pengertian Logo	24
2. Fungsi Logo	25
3. Jenis-Jenis Logo	26
4. Aspek-Aspek Logo	26

2.1.7. Teori Desain Komunikasi Visual.....	28
2.1.8. Teori Kampanye Sosial.....	29
2.2. Tinjauan Khusus	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	31
3.1. Data Lapangan	31
3.2. Khalayak Sasaran (<i>Target Audience</i>).....	32
1. Geografis.....	32
2. Demografis.....	32
3. Psikografis.....	32
4. <i>Behaviorial</i>	33
5. Kesimpulan Analisis Khalyak Sasaran	33
3.3. Strategi Perancangan.....	33
3.4. Analisis SWOT	33
1. Analisis SWOT	33
2. Kesimpulan SWOT.....	34
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	35
4.1. Fakta-Fakta Kunci (<i>Key Facts</i>).....	35
4.2. Tujuan Kampanye Sosial	35
4.3. <i>Insight</i> dan Metode Penggagasan.....	35
1. <i>Insight</i>	35
2. Metode Penggagasan.....	36
4.4. Strategi dan Konsep Kreatif.....	36
1. Strategi.....	36
2. Konsep Kreatif	36
4.5. Keputusan Kreatif	36

1. Keputusan Verbal	36
2. Keputusan Visual	37
4.6. Alasan Pemilihan Kampanye Sosial	41
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	42
5.1. Visual Logo.....	42
5.2. Media Utama.....	42
5.2.1. Poster.....	42
5.2.2. Brosur.....	43
5.2.3. Banner	43
5.2.4. Spanduk.....	44
5.2.5. Media Online	44
5.3. Media Pendukung	45
5.3.1. Merchandise	45
BAB VI PENUTUP	47
6.1. Kesimpulan	47
6.2. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Anatomi Tipografi	14
Gambar 2.2: Type Jenis Serif.....	16
Gambar 2.3: Jenis-Jenis Serif	17
Gambar 2.4: Condensed Font	19
Gambar 2.5: Contoh Small Caps	21
Gambar 4.1: Tipografi logo Aku Pasti Bisa.....	37
Gambar 4.2: Font Pattaya	38
Gambar 4.3: Skema warna.....	38
Gambar 4.4: Moodboard.....	40
Gambar 4.5: Mind Mapping	40
Gambar 5.1: Logo Aku Pasti Bisa	42
Gambar 5.2: Poster.....	42
Gambar 5.3: Brosur.....	43
Gambar 5.4: Banner	43
Gambar 5.5: Spanduk.....	44
Gambar 5.6: Handphone	44
Gambar 5.7: Laptop	45
Gambar 5.8: T-Shirt.....	45
Gambar 5.9: Mug	45
Gambar 5.10: Pin	46
Gambar 5.11: Paper Bag	46
Gambar 5.12: Kipas Tangan	46