

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	vx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Perancangan	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.6 Kerangka Perancangan.....	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Proses Komunikasi.....	8
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi	8
2.1.3 Strategi Komunikasi.....	9
2.1.4 <i>Marketing Communication</i>	10
2.2 Kampanye	10
2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye	10
2.3 Media	11
2.4 Animasi	13

2.4.1 Prinsip Dasar Animasi	13
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	17
2.5.1 Prinsip Desain	17
2.5.2 Teori Warna	18
2.5.3 Teori Tipografi.....	20
2.5.4 Teori Ilustrasi	21
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	23
3.1 Data Pemberi Proyek	22
3.1.1 Rumah Cemara.....	19
3.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan	25
3.1.3 Rencana Strategis Rumah Cemara.....	25
3.1.4 Riwayat Rumah Cemara	29
3.1.5 Ruang Lingkup.....	30
3.1.6 Logo Rumah Cemara	31
3.1.7 Program Rumah Cemara.....	31
3.1.8 Media Kampanye Rumah Cemara	35
3.2 Data Lembaga Sejenis.....	40
3.2.1 Yayasan Spiritia	40
3.2.2 Visi, Misi, dan Tujuan	41
3.2.3 Ruang Lingkup.....	42
3.2.4 Program Yayasan Spiritia	42
3.2.5 Media Kampanye Yayasan Spiritia.....	42
3.2.6 Indonesia Aids Coalition (IAC).....	46
3.2.7 Visi dan Misi.....	47
3.2.8 Ruang Lingkup.....	47
3.2.9 Program Indonesia AIDS Coalition	47
3.2.10 Media Kampanye Indonesia AIDS Coalition.....	49
3.2.11 Yayasan AIDS Indonesia	51

3.2.12 Tujuan Yayasan AIDS Indonesia	52
3.2.13 Ruang Lingkup	52
3.2.14 Program Yayasan AIDS Indonesia.....	52
3.2.15 Media Kampanye Yayasan AIDS Indonesia.....	53
3.3 Data Khalayak Sasaran	59
3.4 Data Observasi	60
3.5 Analisis Data.....	61
3.5.1 Wawancara.....	61
3.5.2 Kuesioner	66
3.5.3 Matriks Perbandingan.....	74
3.6 Penarikan Kesimpulan Data Hasil Analisis	79
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	81
4.1 Konsep Pesan	81
4.2 Konsep Kreatif.....	81
4.3 Konsep Media	83
4.4 Konsep Visual	84
4.4.1 Ilustrasi.....	84
4.4.2 Karakter	84
4.4.3 Environment	87
4.4.4 Elemen Grafis.....	89
4.4.5 Tipografi	90
4.4.6 Warna	91
4.4.7 Storyboard	91
4.5 Konsep Marketing Communication.....	102
4.5.2 Proses Pengelolaan Integrated Marketing Communication.....	102
4.6 Hasil Perancangan.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Saran	109

5.2.1 Saran untuk Pembaca	109
5.2.2 Saran untuk Lembaga	110