

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Metodologi Penelitian.....	4
1.6.1 Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Analisis Data.....	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	6
1.8 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	9
2.1.3 Teknik Komunikasi.....	10
2.2 Periklanan.....	11

2.2.1	Pengertian Periklanan.....	11
2.2.2	Fungsi Periklanan.....	12
2.3	Kampanye.....	13
2.3.1	Pengertian Kampanye.....	13
2.3.2	Tujuan Kampanye.....	13
2.3.3	Jenis-Jenis Kampanye.....	14
2.4	Media dalam Kampanye.....	14
2.4.1	Pengertian Media.....	14
2.4.2	Perencanaan Media Kampanye.....	15
2.5	Perilaku Konsumen.....	16
2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	16
2.5.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	16
2.6	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	17
2.7	1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK).....	17
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.2	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.3	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	20
2.8.4	Prinsip-Prinsip Kerja Desain.....	26
2.9	Tipografi.....	28
2.9.1	Pengertian Tipografi.....	28
2.9.2	Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual.....	28
2.9.3	Klasifikasi Huruf.....	29
BAB III DATA DAN ANALISIS		31
3.1	Data Perusahaan.....	31
3.1.1	Profil PT. Aruna Jaya Nuswantara.....	31
3.1.2	Visi dan Misi PT. Aruna Jaya Nuswantara.....	32
3.1.3	Makna Logo PT. Aruna Jaya Nuswantara.....	38
3.1.4	Struktur Instansi.....	39
3.2	Data Produk.....	34
3.3	Data Objek.....	37
3.4	Data Khalayak Sasaran.....	39

3.5	Data Kuesioner.....	40
3.6	Analisis Kampanye Sejenis.....	43
3.7	Analisis Matriks SWOT.....	45
3.8	Analisis Masalah.....	46
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		47
4.1	Konsep.....	47
4.1.1	Konsep Pesan.....	47
4.1.2	<i>Moodboard</i>	48
4.1.2	Konsep Kreatif.....	49
4.1.3	Konsep Media.....	50
4.1.4	<i>Timeline</i> Media.....	51
4.1.5	Konsep Visual.....	53
4.2	Proses Perancangan.....	55
4.2.1	Studi Logo.....	55
4.3	Hasil Perancangan.....	56
4.3.1	Aplikasi.....	56
4.3.2	<i>Print Ads</i>	57
4.3.3	<i>New Media</i>	63
4.3.4	Media Sosial.....	67
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	70