

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Ruang Lingkup.....	3
1.5. Tujuan Perancangan	4
1.6. Manfaat Perancangan	4
1.7. Metode Penelitian.....	4
1.7.1 Metode yang Digunakan.....	4
1.7.2 Metode Pengumpulan Data	4
1.8 Metode Analisis.....	5
1.9 Kerangka Perancangan.....	6
1.10 Pembabakan	7
BAB II	8
LANDASAN PEMIKIRAN	8
2.1. Period Poverty	8
2.2 Teori Kampanye.....	10
2.3 Teori Komunikasi.....	13
2.3.2 Fungsi Komunikasi.....	14
2.4 Teori Periklanan	15
2.4.1 Iklan	15
2.4.2 Fungsi Iklan	15
2.5 Teori Media	17
BAB III	24
DATA & ANALISIS	24
3.1 Data Organisasi Nirlaba	24
3.1.1 Logo.....	24

3.1.2	Struktur Organisasi	25
3.1.3	Visi dan Misi	25
3.1.	Data Permasalahan	26
3.2.1	Pembalut Kain Pakai Ulang.....	26
3.3	Data Empirik	28
3.3.4	Data Khalayak Sasaran	33
3.3.5	AIO	33
BAB IV.....		36
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		36
4.1	Strategi Kampanye	36
4.1.1	Kampanye Sosial	36
4.1.2	Kampanye Sosial	36
4.2	Strategi Komunikasi.....	36
4.2.1	Pendekatan Rasional.....	36
4.2.2	Pendekatan Emosional.....	37
4.2.3	Konsep Pesan.....	37
4.2.3.1	Nama Kampanye	38
4.2.3.2	<i>Tagline</i>	38
4.2.3.3	<i>What to Say</i>	38
4.3	Strategi Media	39
4.3.1	Konsep Perancangan.....	39
4.4	Strategi Visual	42
4.4.1	Referensi Visual	42
4.4.2	Jenis Huruf.....	43
4.4.3	Warna.....	43
4.5	Hasil Perancangan	43
4.5.1	Logo.....	43
4.5.2	Poster	44

4.5.3	Media Sosial (Instagram & TikTok)	44
4.5.4	Website.....	47
4.5.5	Event	48
4.5.6	Guideline (Brosur).....	49
4.5.7	Merchandise	49
BAB V	50
KESIMPULAN	50
5.1	Simpulan.....	50
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55