

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kampanye	10
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye	10
2.1.2 Model Kampanye	11

2.1.3 Kampanye Sosial.....	12
2.1.4 Pesan Kampanye	13
2.2 Komunikasi	14
2.2.1 Fungsi Komunikasi	15
2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi	15
2.3 Strategi Komunikasi.....	16
2.4 Facet Model of Effects	18
2.5 Target Audiens	19
2.5.1 Remaja.....	19
2.6 Desain Komunikasi Visual.....	20
2.6.1 Unsur Desain	21
2.6.2 Prinsip Desain	25
2.7 Media	26
2.7.1 Jenis-jenis Media.....	27
2.7.2 Strategi Media AISAS	27
BAB III DATA DAN ANALISIS	29
3.1 Data Institusi	29
3.1.1 Enter Nusantara.....	29
3.1.2 Bumi Butuh Aksi	31
3.2 Data Permasalahan	32
3.3 Data Empirik	34
3.3.1 Data Wawancara	34
3.3.2 Data Observasi	37
3.3.3 Data Target Audiens	38
3.4 Data Kampanye Sejenis	41

3.4.1 Jakarta Climate Strike	41
3.4.2 Brighter Days	42
3.4.3 Analisis Matrik Kampanye Sejenis	43
3.4.4 Analisis SWOT Kampanye Sejenis	44
3.5 Analisis SWOT Perancangan Kampanye.....	45
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	47
4.1 Konsep Perancangan	47
4.1.1 Strategi Pesan	47
4.1.2 Strategi Media	48
4.1.3 Strategi Kreatif	49
4.1.4 Strategi Visual	52
4.2 Hasil Perancangan	56
4.2.1 Logo	56
4.2.2 Poster.....	57
4.2.3 Media Sosial.....	57
4.2.4 Poster Event	58
4.2.5 Booth Interaktif	59
4.2.6 Zine	60
4.2.7 Merchandise	61
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65