

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan	6
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	6
1.5.1 Kuesioner	6
1.5.2 Wawancara.....	6
1.5.3 Studi Literatur	7
1.5.4 Observasi	7
1.6 Metode Analisis.....	7
1.6.1 Analisis data wawancara.....	8

1.6.2 Analisis data kuesioner	8
1.6.3 Analisis data observasi	8
1.6.4 Analisis matriks perbandingan	8
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan.....	10
BAB II.....	11
DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Teori Komunikasi.....	11
2.1.1 Tujuan Komunikasi	11
2.2 Teori Kampanye	11
2.2.2 Tujuan Kampanye.....	12
2.3 Teori Desain Komunikasi Visual	12
2.3.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual	13
2.4 Teori AISAS	13
2.5 Teori Fotografi	13
2.6 Teori Videografi	13
2.7 Teori Warna	14
2.8 Teori <i>Layout</i>	14
2.9 Teori Tipografi	14
2.10 Teori Logo	14
2.10.1 Jenis Logo.....	15
2.11 Teori Media	15
2.11.1 Teori Media Sosial	15
2.11.2 Teori Media Luar Ruang	15
2.11.3 Teori <i>Merchandise</i>	15
2.12.2 Asumsi	16

BAB III	18
DATA & ANALISIS DATA	18
3.1 Data Institusi Pemberi Proyek	18
3.1.1 Profil Dinas Perhubungan Kota Bandung.....	18
3.1.2 Visi dan Misi Dinas Perhubungan Kota Bandung.....	18
3.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perhubungan Kota Bandung	19
3.1.4 Struktur Organisasi	20
3.2 Data Produk.....	20
3.2.1 Teman Bus.....	20
3.2.2 Trans Metro Pasundan.....	21
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	22
3.4 Data Proyek Trans Metro Pasundan Sebelumnya	23
3.4.1 Konten <i>Instagram</i>	23
3.5 Data Proyek Sejenis.....	23
3.5.1 <i>The Future is Public Transport</i> , Melaju bersama Jakarta	23
3.6 Data Hasil Wawancara	24
3.6.1 Narasumber <i>Transport for Bandung</i>	24
3.7 Data Hasil Kuesioner.....	26
3.8 Data Hasil Observasi	33
3.9 Analisis Data	34
3.9.1 Analisis Data Wawancara	34
3.9.2 Analisis Data Kuesioner	34
3.9.3 Analisis Data Observasi.....	35
3.9.4 Analisis Matriks Perbandingan.....	36
3.9 Kesimpulan Hasil Analisis	38
BAB IV	39

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	39
4.1 Konsep.....	39
4.1.2 Konsep Kreatif	41
4.1.3 Konsep Media.....	42
4.1.4 Konsep Visual.....	43
4.1.5 Konsep Bisnis	46
4.6 Hasil Perancangan	47
4.6.1 Sketsa Perancangan	47
4.6.2 Visual Media.....	56
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65