

DAFTAR ISI

LEMBAR DEDIKASI	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSIDANGAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	
UCAPAN TERIMA KASIH	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR DIAGRAM	
DAFTAR LAMPIRAN	
LEMBAR UNTAIAN KATA SPESIAL	

BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Perumusan dan Pembatasan Masalah.....	2
1.2.1	Perumusan Masalah	3
1.2.2	Pembatasan Masalah.....	3
1.3	Maksud dan Tujuan.....	3
1.3.1	Maksud	4
1.3.2	Tujuan	4
1.4	Manfaat Tugas Akhir Terminasi	4
1.4.1	Manfaat Profesi.....	5
1.4.2	Manfaat Akademis.....	5

1.5	Sistematika Penulisan	5
 BAB II KAJIAN MASALAH		
2.1	Tinjauan Teori.....	9
2.1.1	Teori Kampanye	9
2.1.1.1	Teori Komunikasi Media Massa.....	10
2.1.1.2	Jenis Kampanye	19
2.1.1.3	Model Kampanye	20
2.1.1.4	Jenis Media Kampanye.....	22
2.1.1.5	Manajemen Kampanye	32
2.1.1.6	Teknik Kampanye.....	33
2.1.1.7	Strategi Kampanye	35
2.1.1.8	Tahapan Kampanye	37
2.1.2	Teori Pengembangan Pesan	41
2.1.2.1	Strategi Pesan	41
2.1.2.2	Teori <i>Copywriting</i>	52
2.1.3	Teori Persepsi Visual	57
2.1.4	Teori Desain Grafis.....	59
2.1.5	Teori Visual	62
2.1.5.1	Teori Bentuk	62
2.1.5.2	Teori Gaya Visual.....	64
2.1.5.3	Teori Gaya Bahasa Visual	69
2.1.5.4	Teori Gaya Gambar	76
2.1.5.5	Teori Warna	79
2.1.5.6	Teori Tipografi	88
2.1.5.7	Teori <i>Grid System</i>	92
2.1.5.8	Teori <i>Layout</i>	93
2.1.6	Teori Produksi	102
2.1.6.1	Jenis Cetak	102
2.2	Kerangka Pemikiran.....	108
2.3	Kerangka Kerja	110

BAB III ANALISIS MASALAH

3.1	Metode Penelitian Proyek Akhir	113
3.1.1	Instrumen Penelitian	113
3.2	Teknik Pengumpulan Data	114
3.3	Tinjauan Masalah	117
3.3.1	Profil Organisasi	117
3.3.2	Sejarah Biopori	118
3.3.3	Visi dan Misi Organisasi	119
3.3.4	Struktur Organisasi	119
3.3.5	Analisis SWOT	120
3.3.5.1	Uraian SWOT	120
3.3.5.2	Matriks SWOT	121
3.3.5.3	Kesimpulan SWOT	122
3.3.5.4	Prioritas Strategi	123
3.3.6	Analisis STP	124
3.3.6.1	Sementasi	124
3.3.6.2	Target	126
3.3.6.3	Positioning	127
3.3.7	Analisis Kampanye	127

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Skema Pemecahan Masalah	129
4.2	Strategi Pemecahan Masalah	129
4.2.1	Strategi Pendekatan Visual	130
4.2.2	Strategi Komunikasi	130
4.2.2.1	Teknik Kampanye	130
4.2.2.2	Strategi Pesan	131
4.2.2.3	Copywrtng	132
4.1.3	Strategi Pemilihan Media	141
4.3	Teknis Pengerjaan Visual	142
4.3.1	Thumbnail Sketch	143

4.3.2	<i>Rough Layout</i>	143
4.3.3	<i>Semicomp</i>	144
4.3.4	<i>Comprehensive</i>	145
4.3.5	<i>Mechanicals</i>	145
4.4	Konsep Visual	146
4.4.1	Gaya Visual	146
4.4.2	Bahasa Visual	147
4.4.3	Gaya Gambar	148
4.4.4	Logo Kampanye.....	148
4.4.4.1	Bentuk Logo	148
4.4.4.2	Warna Logo	149
4.4.5	Bentuk.....	155
4.4.6	Konsep Warna	155
4.4.7	Konsep Tipografi.....	157
4.4.8	Elemen Estetis	159
4.4.9	<i>Grid System</i>	159
4.4.10	Konsep <i>Layout</i>	167

BAB V RINCIAN TUGAS

5.1	Cakupan Teknis Pekerjaan.....	171
5.2	Contoh Visual	172

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH

INDEKS

LEMBAR LAMPIRAN-LAMPIRAN

LEMBAR ASISTENSI PEMBIMBING

LEMBAR KONSULTASI

LEMBAR NARASUMBER

SURAT PENGANTAR PROYEK AKHIR GRAFIS

SURAT PENERIMA DARI PEMBERI TUGAS

SURAT KETERANGAN DARI PEMBERI TUGAS
UCAPAN TERIMA KASIH KHUSUS
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI
BIOGRAFI/*CURRICULUM VITAE*

