

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSIDANGAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan dan Pembatasan Masalah.	4
1.2.1	Perumusan Masalah.....	4
1.2.2	Pembatasan Masalah	5
1.3	Maksud dan Tujuan	6
1.3.1	Maksud	6
1.3.2	Tujuan.....	6
1.4	Manfaat Proyek Akhir	7
1.4.1	Manfaat Profesi	7
1.4.2	Manfaat Akademis	8
1.5	Sistematika Penulisan	8
BAB II	KAJIAN MASALAH	
2.1	Tinjauan Teori.....	12
2.1.1	Teori Kampanye	12
2.1.1.1	Jenis Kampanye	13

2.1.1.2	Model Kampanye	14
2.1.1.3	Jenis Media Kampanye	17
2.1.1.4	Manajemen Kampanye.....	26
2.1.1.5	Teknik Kampanye	27
2.1.1.6	Strategi kampanye	29
2.1.1.7	Tahapan Kampanye.....	32
2.1.2	Teori Pengembangan Pesan.....	35
2.1.2.1	Strategi Pesan	36
2.1.2.2	Teori <i>Copywriting</i>	49
2.1.3	Teori Desain Grafis	53
2.1.4	Teori Visual.....	56
2.1.4.1	Teori Bentuk.....	57
2.1.4.2	Teori Gaya Visual	59
2.1.4.3	Teori Bahasa Visual	63
2.1.4.4	Teori Gaya Gambar.....	70
2.1.4.5	Teori Warna	72
2.1.4.6	Teori Tipografi.....	82
2.1.4.7	Teori <i>Grid System</i>	85
2.1.4.8	Teori <i>Layout</i>	87
2.1.5	Teori Produksi	96
2.1.5.1	Jenis Cetak	96
2.2	Kerangka Pemikiran	101
2.3	Kerangka Kerja.....	105

BAB III ANALISIS MASALAH

3.1	Metode Penelitian Proyek Akhir.....	108
3.1.1	Instrumen Penelitian.....	108
3.2	Teknis Pengumpulan Data.....	108
3.3	Tinjauan Masalah.....	112
3.3.1	Profil Organisasi	112
3.3.2	Alur Penanganan Korban	116

3.3.3	Sejarah UPT P2TP2A	118
3.3.4	Visi dan Misi Organisasi.....	120
3.3.5	Struktur Organisasi	120
3.3.6	Analisi SWOT.....	157
3.3.6.1	Uraian SWOT	121
3.3.6.2	Matriks SWOT.....	126
3.3.6.3	Kesimpulan SWOT.....	127
3.3.6.4	Prioritas Strategi	128
3.3.7	Analisis STP.....	129
3.3.7.1	Segmentasi.....	130
3.3.7.2	Target.....	132
3.3.7.3	Positioning	133
3.3.8	Analisis dan Evaluasi Kampanye.....	133
3.3.8.1	Tahapan Kampanye	133
3.3.8.2	Indikator Keberhasilan.....	137
3.3.8.2.1	Konsep AIDA	137
3.3.8.3	Strategi Komunikasi	138
3.3.8.3.1	Teknik Kampanye	138
3.3.8.3.2	Strategi Pesan.....	138
3.3.8.3.3	Copywriting.....	141
3.3.8.4	Teori Desain Grafis.....	149
3.3.8.5	Teori Gaya Visual	150
3.3.8.6	Teori Layout.....	151

BAB IV RINCIAN TUGAS

4.1	Skema Pemecahan Masalah.....	151
4.2	Strategi Pemecahan Masalah	152
4.2.1	Strategi Pendekatan Visual	152
4.2.2	Strategi Komunikasi.....	152
4.2.2.1	Teknik Kampanye.....	153
4.2.2.2	Strategi Pesan.....	153

4.2.2.3	CopyWritting	154
4.2.3	Strategi Pemilihan Media.....	174
4.3	Teknis Pengerjaan Visual	176
4.3.2	Rough Layout.....	177
4.3.3	Semicom	178
4.3.4	Comprehensive	178
4.3.5	Mechanicals	179
4.4	Konsep Visual.....	179
4.4.1	Gaya Visual.....	180
4.4.2	Bahasa Visual.....	180
4.4.3	Gaya Gambar	181
4.4.4	Logo Kampanye.....	182
4.4.4.1	Bentuk Logo	182
4.4.4.2	Warna Logo	182
4.4.5	Bentuk.....	182
4.4.6	Konsep Warna.....	184
4.4.7	Konsep Tipografis.....	184
4.4.8	Elemen Estetis.....	189
4.4.9	Grid System	189
4.4.10	Konsep Layout	190
4.5	Rencana Penempatan Media.....	190
4.5.1	Poster.....	189
4.5.2	Slide Presentasi	190
4.5.3	Brosur.....	190
4.5.4	Leaflet	190

BAB V

RINCIAN TUGAS

5.1	Cakupan Teknis Pekerjaan.....	108
5.2	Contoh Visual	101

LAMPIRAN
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR ISTILAH
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI
BIOGRAFI

