

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kampanye	6
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	6

2.1.2 Syarat Kampanye	7
2.1.3 Tujuan Kampanye	8
2.1.4 Jenis Kampanye	8
2.1.5 Model Kampanye	9
2.2 Promosi	11
2.3 Menganalisis SWOT	11
2.4 Design Komunikasi Visual	12
2.4.1 Teori Warna	14
2.4.2 <i>Logo</i>	16
2.4.2.1 <i>Logotype</i>	17
2.4.2.2 <i>Logogram</i>	18
2.4.3 Kriteria Logo	18
2.5 Ilustrasi	18
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	19
3.1 Lembaga Terkait	19
3.2 Meditasi	20
3.2.1 Definisi Meditasi	20

3.2.2 Manfaat Meditasi	22
3.2.3 Meditasi Praktis	25
3.2.4 Jurnal Penelitian Meditasi	29
3.3 Psikologi Perkembangan	31
3.3.1 Definisi Stress	31
3.4 Gaya Hidup	36
3.4.1 Gaya Hidup AIO (<i>Activity, Interest, Opinion</i>)	36
3.5 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data Primer	39
3.5.1 Data Kuesioner	39
3.5.2 Data Wawancara	45
3.5.2.1 Wawancara dengan Billy Soemawisastra	45
3.5.2.2 Wawancara dengan Biksu Roy	46
3.5.2.3 Wawancara dengan Robert Halomoan Rajagukguk	47
3.6 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	49
3.7 5W+1H	50
3.8 Analisa SWOT	52
3.9 Tinjauan Karya Sejenis	52
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	54

4.1 Strategi Kampanye	54
4.1.1 Konsep Komunikasi	54
4.1.2 Konsep Verbal	55
4.1.3 Konsep Visual	55
4.1.4 Konsep Kreatif	55
4.1.5 Konsep Media	57
4.1.6 <i>Timeline</i>	59
4.2 Hasil Karya	60
4.2.1 <i>Logo</i>	60
4.2.1.1 <i>Logotype</i>	61
4.2.1.2 Warna Logo	62
4.2.2 Poster	63
4.2.2.1 Poster <i>Awareness</i>	63
4.2.2.1.1 <i>Awareness</i> Depressi	64
4.2.2.1.2 <i>Awarenes</i> Fokus dan Konsentrasi	65

66	4.2.2.1.3 <i>Awareness</i> Kendali Emosi	
	4.2.2.2 Poster <i>Informing</i>	67
	4.2.2.2.1 <i>Informing</i> Depresi	68
	4.2.2.2.2 <i>Informing</i> Fokus dan Konsentrasi	69
70	4.2.2.2.3 <i>Informing</i> Kendali Emosi	
	4.2.2.3 Poster	
<i>Reminding</i>		71
	4.2.2.3.1 <i>Reminding</i> 1	72
	4.2.2.3.2 <i>Reminding</i> 2	73
	4.2.2.4 Implementasi Poster	74
	4.2.3	
Seminar.....		75
	4.2.3.1 Billboard Seminar	76
77	4.2.3.1.1 Implementasi Billboard	
	4.2.3.2 X Banner	
Seminar.....		78
	4.2.3.3 Tiket	
Seminar.....		79
	4.2.4 Website	80
	4.2.5 Social Media	81
	4.2.5.1	
Facebook.....		81

4.2.5.2 Twitter	82
4.2.6 <i>Web Banner</i>	83
4.2.6.1 <i>Web Banner</i>	83
Horizontal	83
4.2.6.1.1 Implementasi <i>Web Banner Horizontal</i>	84
4.2.6.2 <i>Banner Facebook</i>	84
4.2.6.2.1 Implementasi <i>Banner Facebook</i>	85
4.2.6.3 <i>Banner Messenger</i>	85
4.2.6.3.1 Implementasi <i>Banner Messenger</i>	86
4.2.7 <i>Aplikasi Mobile</i>	87
4.2.7.1 <i>Aplikasi Mobile Mac</i>	88
OS	88
4.2.7.2 <i>Aplikasi Mobile BlackBerry</i>	89
OS	89
4.2.8 <i>Media Ambien</i>	90
4.2.8.1 <i>Ambien Orang bersila</i>	91
4.2.8.1.1 Implementasi <i>Ambien Orang Bersila</i>	92
4.2.8.2 <i>Ambien Cara</i>	93
Meditasi	93
4.2.8.2.1 Implementasi <i>Ambien Cara Meditasi</i>	94
4.2.9 Brosur	95
4.2.10. <i>Gimmick</i>	96

4.2.10.1 Tempat Handphone	96
4.2.10.2 Mug	97
4.2.10.3 Jam	98
Meja	98
4.3 Budgeting	99
BAB V	
PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	xv
DAFTAR ISTILAH	xvii
LAMPIRAN	xviii
DATA PENULIS	xix

DAFTAR GAMBAR

BAB II LANDASAN TEORI

Gambar 2.1 Model Kampanye.....	10
--------------------------------	----

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Gambar 3.1.1 Logo Love and Wisdom Meditation	19
--	----

Gambar 3.5.1.1 Bagan Usia Responden	40
---	----

Gambar 3.5.1.2 Bagan Jenis Kelamin Responden.....	41
---	----

Gambar 3.5.1.3 Bagan Penghasilan Responden	41
--	----

Gambar 3.5.1.4 Bagan Gadget yang Dimiliki Responden.....	42
--	----

Gambar 3.5.1.5 Bagan pengetahuan Responden tentang meditasi	42
---	----

Gambar 3.5.1.6 Bagan Sumber Informasi Tentang Meditasi	43
--	----

Gambar 3.5.1.7 Bagan Tempat Favorit Responden Menghabiskan Waktu Luang.	43
--	----

Gambar 3.5.1.8 Bagan Pernah atau Belumnya Responden Melakukan Meditasi	43
--	----

Gambar 3.5.1.9 Bagan Intensitas Meditasi yang Dilakukan Responden per hari...	44
--	----

Gambar 3.5.1.10 Bagan Ketertarikan Responden Terhadap Meditasi.....	44
---	----

Gambar 3.5.1.11 Angket Visual	45
-------------------------------------	----

Gambar 3.9.1 Logo Kampanye <i>Yoga Month</i>	53
--	----

Gambar 3.9.2 Design Website <i>Yoga Month</i>	54
---	----

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

Gambar 4.1.6 Timeline Kampanye.....	60
-------------------------------------	----

Gambar 4.2.1 <i>Logo</i> Kampanye	61
---	----

Gambar 4.2.1.1 <i>Logo Grid</i>	62
---------------------------------------	----

Gambar 4.2.1.2 <i>Logotype</i>	62
--------------------------------------	----

Gambar 4.2.1.3 Warna Logo.....	63
--------------------------------	----

Gambar 4.2.1.4 <i>Logo Grayscale</i>	63
Gambar 4.2.1.5 <i>Logo B/W</i>	64
Gambar 4.2.2.1.1 Poster <i>Awareness</i> Depresi.....	65
Gambar 4.2.2.1.2 Poster <i>Awareness</i> Konsentrasi.....	66
Gambar 4.2.2.1.3 Poster <i>Awareness</i> Emosi.....	67
Gambar 4.2.2.2.1 Poster <i>Informing</i> Depresi.....	69
Gambar 4.2.2.2.2 Poster <i>Informing</i> Konsentrasi.....	70
Gambar 4.2.2.2.3 Poster <i>Informing</i> Emosi.....	71
Gambar 4.2.2.3.1 Poster <i>Reminding</i> 1.....	73
Gambar 4.2.2.3.2 Poster <i>Reminding</i> 2.....	74
Gambar 4.2.2.4 Contoh Implementasi Poster.....	75
Gambar 4.2.3 Billboard Seminar.....	77
Gambar 4.2.3.1 Implementasi Billboard.....	78
Gambar 4.2.3.2 X Banner Seminar.....	79
Gambar 4.2.3.3 Tiket Seminar.....	80
Gambar 4.2.4 Tampilan Website www.saathening.com	81
Gambar 4.2.5.1 Tampilan Fanpage Facebook Saat Hening.....	82
Gambar 4.2.5.2 Tampilan @Saat_hening.....	83
Gambar 4.2.6.1 Web Banner Horizontal.....	84
Gambar 4.2.6.1.1 Implementasi <i>Web Banner Horizontal</i>	85
Gambar 4.2.6.2 <i>Banner</i> Facebook.....	85
Gambar 4.2.6.2.1 Implementasi <i>Banner</i> Facebook.....	86
Gambar 4.2.6.3 <i>Banner</i> Messenger.....	86
Gambar 4.2.6.3.1 Implementasi <i>Banner</i> Messenger.....	87
Gambar 4.2.7 Icon Aplikasi <i>Mobile</i> Saat Hening.....	88
Gambar 4.2.7.1 Tampilan Aplikasi <i>Mobile</i> Saat Hening MAC OS.....	89
Gambar 4.2.7.1.1 Tampilan Isi Dari Aplikasi <i>Mobile</i> Saat Hening MAC OS....	89

Gambar 4.2.7.2 Tampilan Aplikasi Mobile Saat Hening Blackberry OS.....	90
Gambar 4.2.7.2.1 Tampilan Isi dari Mobile Saat Hening Blackberry OS	90
Gambar 4.2.8.1 Ambien Orang Bersila	91
Gambar 4.2.8.1.1 Implementasi Ambien Orang Bersila.....	92
Gambar 4.2.8.2 Ambien Cara Meditasi	93
Gambar 4.2.8.2.1 Implementasi Ambien Cara Meditasi	94
Gambar 4.2.9.1 Tampilan Depan dan Belakang Brosur	95
Gambar 4.2.9.2 Tempat Penyimpanan Brosur	96
Gambar 4.2.10.1 <i>Gimmick</i> Tempat <i>Handphone</i>	97
Gambar 4.2.10.2 <i>Gimmick</i> Mug.....	98
Gambar 4.2.10.3 <i>Gimmick</i> Jam Meja	99

DAFTAR ISTILAH

- Brosur** : Terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Isinya memuat informasi yang cukup lengkap dan penting.
- Colour guide logo** : Pengaturan warna yang dibuat untuk warna logo.
- Demografis** : Ilmu yang dipakai dalam menentukan dinamika kependudukan.
- Flyer** : Bentuk selebaran, biasanya isinya ajakan dan berwarna
- Font** : Jenis huruf.
- Geografis** : Ilmu yang mempelajari lokasi baik persamaan dan perbedaan keruangan atas fenomena manusia.
- Gimmick* : Bentuk cinderamata yang dibagikan gratis kepada pengunjung, berfungsi agar masyarakat yang datang selalu mengingat tentang acara yang terdapat di dalamnya.
- Icon** : Grafik dalam sebuah antarmuka yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi kepada pengguna dengan mengekspresikan atribut obyek, aksi atau perintah, dan tipe pesan.
- Layout** : Penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik.
- Logo** : Bentuk gambar atau tulisan yang mewakili suatu perusahaan, atau organisasi, atau badan instansi tertentu.
- Logo black and white** : Logo yang berwarna hitam putih.

Logo gram	: <i>Element</i> bentuk dari sebuah logo.
Logo grid	: Pola aturan yang dipakai dalam pembuatan logo.
Logo size	: Ukuran logo.
Logo type	: <i>Element</i> tulisan dari sebuah logo.
Monocrom	: 1 warna.
Outdoor	: Diluar atau lapangan.
Positioning	: Tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.
Poster	: Suatu media penyampaian berupa informasi-informasi penting. Dapat berupa promosi, maupun kampanye.
Psikografis	: Segmentasi yang berdasarkan gaya hidup.
Responsif	: Suatu tindakan yang menggugah kesadaran seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu.
Segmentasi	: Proses pemisahan pasar total menjadi kelompok-kelompok pasar dengan kebutuhan yang sama.
Targeting	: Persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar.
Target market	: Penentuan sasaran yang pasti dari pasar.
Typo	: Bentuk tulisan dan jenis huruf yang dipakai dalam pembuatan suatu karya.
Visual	: Gambaran, suatu media yang dapat dilihat dengan kasat mata.

X banner : Suatu bentuk media penyampaian pesan yang memiliki daya tarik tersendiri dikarenakan bentuknya yang cukup besar dan cukup jelas untuk memuat informasi-informasi