

## DAFTAR ISI

<b>COVER DALAM</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Tujuan Perancangan</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Skema Perancangan</b>	<b>4</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>2.1 Konsep Dasar Perkembangan</b>	<b>5</b>
<b>2.2 Masa Akhir Kanak-kanak</b>	<b>6</b>
2.2.1 Ciri Akhir Masa Kanak-kanak	6
2.2.2 Aspek Perkembangan Manusia Pada Tahap Akhir Masa Kanak-kanak	7
<b>2.3 Menabung</b>	<b>11</b>
2.3.1 Pendidikan Keuangan Sejak Dini	13
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Menabung	14
<b>2.4 Kampanye</b>	<b>16</b>
2.4.1 Aspek-aspek Perencanaan Kampanye	16
2.4.2 Media Kampanye	19

<b>2.5 Komunikasi</b>	<b>25</b>
2.5.1 Komunikasi Massa	26
<b>2.6 Desain Komunikasi Visual</b>	<b>27</b>
2.6.1 Tipografi	28
2.6.2 Warna	28
2.6.3 Fotografi	29
2.6.4 Ilustrasi	29
2.6.5 Layout	30
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH</b>	
<b>3.1 Data dan Fakta</b>	<b>31</b>
3.1.1 Lembaga Pendukung Kampanye	31
3.1.2 Hasil Kuesioner	39
3.1.3 Hasil Wawancara	45
3.1.4 Kliping	47
3.1.5 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	49
<b>3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Data dan Fakta</b>	<b>57</b>
3.2.1 Analisis Keseluruhan Data	58
3.2.2 Segmentasi, Targeting, Positioning	58
3.2.3 SWOT	60
<b>BAB IV PEMECAHAN MASALAH</b>	
<b>4.1 Konsep Komunikasi</b>	<b>62</b>
4.1.1 Analisis Pendekatan	62
4.1.2 Tahapan Kampanye	63
<b>4.2 Konsep Kreatif</b>	<b>63</b>
4.2.1 Konsep Verbal	63
4.2.2 Konsep Visual	64
4.2.3 Konsep Media	65
<b>4.4 Hasil Karya</b>	<b>70</b>
4.4.1 Logo Kampanye	70
4.4.2 <i>Stationary</i>	73

4.4.3	Poster .....	76
4.4.3.1	Poster <i>Teaser</i> .....	77
4.4.3.2	Poster <i>Informing</i> .....	78
4.4.3.3	Poster <i>Conditioning</i> .....	79
4.4.3.4	Poster <i>Reminding</i> .....	80
4.4.4	Iklan Majalah .....	82
4.4.5	<i>Ambient</i> Media .....	83
4.4.6	<i>X-Banner</i> .....	85
4.4.7	Flyer Event .....	86
4.4.8	Baligo <i>Event</i> .....	87
4.4.9	Umbul-umbul <i>Event</i> .....	89
4.4.10	<i>Backdrop Event</i> .....	91
4.4.11	Stand Bank .....	92
4.4.12	<i>Display Gimmick</i> Celengan .....	93
4.4.13	Mobil Kampanye .....	95
4.4.14	Seragam Kampanye .....	96
4.4.15	<i>Gimmick</i> .....	97
4.4.16	<i>Website</i> .....	101
4.5	<b>Timeline</b> .....	<b>105</b>
4.6	<b>Budgeting Media</b> .....	<b>106</b>

## **BAB V PENUTUP**

5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>111</b>
5.2	<b>Saran</b> .....	<b>111</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DATA PENULIS</b> .....	<b>xv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>xvi</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>

## DAFTAR ISTILAH

1. *Ambient* : suasana, membaur dengan suasana sekitar
2. Tahap *informing* : tahap pemberian informasi
3. Tahap *conditioning* : tahap pengkondisian
4. Tahap *reminding* : tahap mengingatkan kembali
5. *Logogram* : bagian logo berupa gambar, stilasi, dan lain-lain yang bukan berupa huruf/tulisan
6. *Logotype* : bagian logo berupa huruf/tulisan
7. Stilasi : penyederhanaan bentuk
8. Outline : garis
9. Teaser : membuat rasa ingin tahu

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Bank Indonesia .....	31
Gambar 3.2	Logo Bank Negara Indonesia (BNI) .....	35
Gambar 3.3	Logo Bank OCBC NISP .....	36
Gambar 3.4	Logo Dinas Pendidikan Kota Bandung .....	38
Gambar 3.5	Wawancara penulis dengan Bapak Paulus .....	46
Gambar 3.6	Logo Ayo ke Bank .....	49
Gambar 3.7	Mobil Pintar Ayo ke Bank .....	49
Gambar 3.8	Banner Ayo ke Bank .....	50
Gambar 3.9	Poster BNI Taplus Anak .....	51
Gambar 3.10	Buku Tabungan dan Kartu ATM BNI Taplus Anak .....	52
Gambar 3.11	Brosur BNI Taplus Anak .....	53
Gambar 3.12	<i>Billboard</i> BNI Taplus Anak .....	53
Gambar 3.13	Kampanye Tentang Bahaya Merokok Terhadap Anak .....	55
Gambar 3.14	Poster Kampanye Bahaya Merokok Terhadap Anak .....	55
Gambar 3.15	Contoh Ambient Media .....	56
Gambar 3.16	Contoh Ambient Media Iklan Sosial .....	56
Gambar 4.1	Logo Aku Rajin Nabung .....	70
Gambar 4.2	Warna Logo Kampanye .....	72
Gambar 4.3	Logo <i>BW</i> .....	73
Gambar 4.4	Logo <i>Invert</i> .....	73
Gambar 4.5	Logo <i>Grayscale</i> .....	73
Gambar 4.6	Logo <i>Grid</i> .....	73
Gambar 4.7	Kop Surat .....	74
Gambar 4.8	Amplop Depan dan Belakang .....	75
Gambar 4.9	Kartu Nama Depan dan Belakang .....	75
Gambar 4.10	Poster <i>Teaser 1</i> .....	77
Gambar 4.11	Poster <i>Teaser 2</i> .....	78
Gambar 4.12	Poster <i>Informing</i> .....	79
Gambar 4.13	Poster <i>Conditioning</i> .....	80

Gambar 4.14	Poster <i>Reminding</i> 1 .....	81
Gambar 4.15	Poster <i>Reminding</i> 2 .....	82
Gambar 4.16	Iklan Majalah .....	83
Gambar 4.17	Ukuran <i>Ambient</i> Media .....	84
Gambar 4.18	Tampak Atas <i>Ambient</i> Media .....	84
Gambar 4.19	Tampak Samping <i>Ambient</i> Media .....	84
Gambar 4.20	Aplikasi <i>Ambient</i> Media .....	85
Gambar 4.21	<i>X-Banner Informing</i> .....	86
Gambar 4.22	<i>X-Banner Reminding</i> 1 .....	86
Gambar 4.23	<i>X-Banner Reminding</i> 2 .....	86
Gambar 4.24	<i>Flyer Event</i> .....	87
Gambar 4.25	<i>Layout Baligo Event</i> .....	88
Gambar 4.26	Ukuran <i>Baligo Event</i> .....	88
Gambar 4.27	Aplikasi <i>Baligo Event</i> .....	89
Gambar 4.28	Umbul-umbul <i>Event</i> .....	89
Gambar 4.29	Ukuran Umbul-umbul <i>Event</i> .....	90
Gambar 4.30	Aplikasi Umbul-umbul <i>Event</i> .....	90
Gambar 4.31	<i>Backdrop Event</i> .....	91
Gambar 4.32	Aplikasi dan Ukuran <i>Backdrop Event</i> .....	91
Gambar 4.33	Stand Bank Tampak Depan .....	92
Gambar 4.34	Stand Bank Tampak Belakang .....	93
Gambar 4.35	Ukuran Stand Bank .....	93
Gambar 4.36	<i>Display Gimmick</i> Celengan .....	94
Gambar 4.37	Ukuran <i>Display Gimmick</i> Celengan .....	94
Gambar 4.38	Mobil Kampanye Samping 1 .....	95
Gambar 4.39	Mobil Kampanye Samping 2 .....	95
Gambar 4.40	Mobil Kampanye Depan .....	96
Gambar 4.41	Mobil Kampanye Belakang .....	96
Gambar 4.42	Seragam Kampanye .....	96
Gambar 4.43	<i>Gimmick</i> Celengan .....	97
Gambar 4.44	Variasi Pin .....	98
Gambar 4.45	<i>Goodie Bag</i> .....	98

Gambar 4.46	<i>Gimmick Penggaris</i>	99
Gambar 4.47	<i>Gimmick Pensil</i>	99
Gambar 4.48	<i>Gimmick Lunch Box</i>	99
Gambar 4.49	<i>Gimmick Kalender Meja</i>	100
Gambar 4.50	<i>Layout Gimmick Kalender Meja</i>	100
Gambar 4.51	<i>Gimmick T-shirt Anak</i>	101
Gambar 4.52	<i>Website Halaman Home</i>	102
Gambar 4.53	<i>Website Halaman About Us</i>	102
Gambar 4.54	<i>Website Halaman News</i>	103
Gambar 4.55	<i>Website Halaman Event</i>	103
Gambar 4.56	<i>Website Halaman Contact Us</i>	104

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1	Frekuensi Menabung Responden .....	41
Grafik 3.2	Tujuan Responden Mempunyai Tabungan .....	41
Grafik 3.3	Pendapat Responden Mengenai Usaha Untuk Mengajarkan Anaknya Menabung .....	42
Grafik 3.4	Pendapat Responden Mengenai Perlu Tidaknya Ajakan Dengan Pendekatan Kampanye Terhadap Anak Agar Mereka Rajin Menabung .....	43
Grafik 3.5	Tempat Responden Menabung .....	44
Grafik 3.6	Pendapat Responden Jika Diberi Uang Oleh Orang Tua .....	45