

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka dan Teori Kampanye.....	6
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye.....	6
2.1.2 Tujuan Kampanye.....	7
2.1.3 Model Kampanye.....	7

2.2	Desain Grafis.....	12
2.2.1	Pengertian Desain Grafis.....	12
2.2.2	Fungsi Desain Grafis.....	12
2.2.3	Sejarah Desain Grafis.....	12
2.3	Tipografi.....	12
2.4	Warna.....	16
2.5	Layout.....	18
2.6	Teori Kepribadian dan Faktor-faktornya.....	20
2.7	Marketing / Pemasaran.....	22

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1	Data dan Fakta.....	24
3.1.1	Definisi Kartu Kredit.....	24
3.1.2	Sejarah kartu kredit.....	24
3.2	Perusahaan dan Lembaga yang terkait.....	25
3.2.1	Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.....	25
3.2.2	Bank Indonesia.....	27
3.3	Data Pengaduan Konsumen terhadap YLKI mengenai Karu Kredit.....	28
3.4	Hasil Wawancara dengan Ketua YLKI Bandung, Bpk. Yayan Sutarna.....	28
3.5	Tinjauan Karya Sejenis.....	30
3.6	Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	39
3.6.1	Analisis S.W.O.T kampanye.....	39

3.6.2 Analisis STP.....	40
-------------------------	----

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	42
4.2 Konsep Kreatif.....	43
4.3 Konsep Media.....	44
4.4 Timeline.....	46
4.5 Hasil Karya.....	47
4.5 Logo.....	47
4.5.1 Tipografi Logo.....	47
4.5.2 Warna Logo.....	48
4.6 Elemen grafis.....	48
4.7 Media.....	49
4.7.1 Poster.....	49
4.7.2 Banner Gantung.....	57
4.7.3 Umbul-umbul.....	61
4.7.4 X banner.....	62
4.7.5 Iklan website.....	63
4.7.6 Ambient.....	64
4.7.7 Iklan Majalah.....	66
4.7.8 Iklan Tabloid.....	66

4.7.9 Gimmick.....	67
4.7.10 Panggung event.....	70
4.8 Aplikasi Media.....	71
4.9 Budgeting.....	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Kata Penutup.....	74
5.3 Saran Penulis.....	75

DAFTAR PUSTAKA.....	xv
----------------------------	-----------

DAFTAR ISTILAH.....	xvi
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	xviii
----------------------	--------------

DATA PENULIS.....	xix
--------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Skema 2.1.3.1. Kampanye Komponensial.....	8
Skema 2.1.3.2. Kampanye Ostergaard.....	8
Skema 2.1.3.3.. Kampanye Five Functional Stages.....	9
Skema 2.1.3.4.. Kampanye Communicative Function.....	10
Skema 2.1.3.5.. Kampanye Nowark dan Waynerd.....	10
Skema 2.1.3.6.. Kampanye Diffusion Innovation Model.....	11
Tabel 4.4 Timeline.....	46
Tabel 4.9 Budgeting.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5 Skema Perancangan.....	5
Gambar 2.4 Color Wheel.....	17
Gambar 2.6 Sigmund Freud.....	20
Gambar 3.1 Kartu Kredit.....	24
Gambar 3.2.1 YLKI.....	25
Gambar 3.2.2 Bank Indonesia.....	27
Gambar 3.5.1.1 BKM.....	31
Gambar 3.5.1.2 BKM.....	32
Gambar 3.5.1.3 BKM.....	33
Gambar 3.5.2 Arika Marino.....	34
Gambar 3.5.3 Ad Council.....	36
Gambar 3.5.4 American Fairness Lending.....	37
Gambar 4.3.1 Logo Kampanye.....	47
Gambar 4.6 Elemen Grafis.....	48
Gambar 4.7.1.1 Berat?	49
Gambar 4.7.1.2 Timbangan.....	50
Gambar 4.7.1.3 Bunga bank tumbuh.....	51
Gambar 4.7.1.4 Ulat-kepompong-kupu.....	52
Gambar 4.7.1.5 Tahanan Kredit.....	53

Gambar 4.7.1.6 Belum Lunas.....	54
Gambar 4.7.1.7Borgol 50 ribu.....	55
Gambar 4.7.1.8 Telur-itik-bebek.....	56
Gambar 4.7.2.1 Periksa Dompot.....	58
Gambar 4.7.2.3Tekanan Darah Tinggi.....	59
Gambar 4.7.2.2Borgol 100 ribu.....	59
Gambar 4.7.3.1Pompa besar sebelah.....	61
Gambar 4.7.3.2Penagih Hutang.....	61
Gambar 4.7.3.2 umbul tidur.....	62
Gambar 4.7.4.1 x-banner.....	62
Gambar 4.7.4.2 x-banner.....	62
Gambar 4.7.5.1blibli.com.....	63
Gambar 4.7.5.2berniaga.com.....	63
Gambar 4.7.5.3tokobagus.com.....	63
Gambar 4.7.6.1Ambient eskalator.....	64
Gambar 4.7.6.2 Ambient lift.....	64
Gambar 4.7.6.3 Ambient kamar mandi mall.....	65
Gambar 4.7.6.4 Tempat Sampah.....	65
Gambar 4.7.7 Iklan majalah Kartini.....	66
Gambar 4.7.7 Iklan tabloid.....	66
Gambar 4.7.9.1 Gambar kaos depan belakang.....	67

Gambar 4.7.9.2 Gelas.....	67
Gambar 4.7.9.2 Brosur.....	68
Gambar 4.7.9.3 Notes.....	68
Gambar 4.7.9.4 Shopping Bag.....	69
Gambar 4.7.10 Panggung Event.....	70
Gambar 4.7.1 Poster.....	71
Gambar 4.7.2 Poster.....	71
Gambar 4.7.3 Umbul-umbul.....	71
Gambar 4.7.5 Banner gantung.....	71
Gambar 4.7.6 Aplikasi mbul-umbul tidur.....	72

Daftar Istilah

Audience	: Orang yang melihat karya
Background	: Latar Belakang
Banner	: Spanduk
Conditioning	: Mengkondisikan
Debit	: Piutang
Debt Collector	: Penagih Hutang
Edukasi Perbankan	: Pendidikan tentang keuangan bank
Event	: Acara
Font	: Huruf
Gimmick	: Cindera mata
Graphic Designer	: Desainer grafis
Headline	: Berita utama
Informing	: Menginformasikan
Konsumtif	: Boros
Kredit	: Hutang
Kreditur	: Orang yang memberi hutang
Mandatory	: Yang member mandate
Material	: Bahan
Nirlaba	: Tidak mencari keuntungan

Persuasif	: Mempengaruhi
Positioning	: Menetapkan posisi pasar
Readability	: Keterbacaan
Rekening	: Akun keanggotaan terhadap bank
Reminding	: Mengingatkan
Saldo	: Jumlah tabungan
Sales Marketing	: Penjualan dan pemasaran
Shopping bag	: Jinjangan belanja
Tagline	: Slogan
Talk-show	: Forum Diskusi
Targeting	: Membidik dan menyeleksi pasar
Threat	: Ancaman
Timeline	: Batas Waktu
Visual	: Yang terlihat
Warning	: Peringatan
Weakness	: Kelemahan
Website	: Halaman web