

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.2 Permasalahan.....	2
1.2.3 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Kampanye.....	6
2.1.1 Tujuan Kampanye.....	7
2.1.2 Jenis Kampanye.....	8
2.1.3 Model kampanye.....	10
2.2 Komunikasi Massa.....	12
2.3 Analisa SWOT.....	13
2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning	13
2.5 Pajak.....	14
2.5.1 Fungsi Pajak	16
2.6 NPWP.....	17
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	18
3.1 Data dan Fakta.....	18
3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait.....	18
3.1.1.1 Hasil Observasi.....	21
3.1.1.2 Hasil Wawancara.....	21

3.1.1.3 Fenomena yang terjadi di masyarakat.....	22
3.1.2 Tinjauan terhadap karya sejenis.....	25
3.2 Analisis permasalahan.....	26
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	29
4.1 Konsep Komunikasi.....	29
4.1.1 Tahap <i>Conditioning</i>	29
4.1.2 Tahap <i>Informing</i>	29
4.1.3 Tahap <i>Reminding</i>	30
4.2 Konsep Kreatif.....	30
4.3 Konsep Media.....	31
4.3.1 Poster.....	31
4.3.2 <i>Billboard</i>	31
4.3.3 <i>Print-ad</i>	31
4.3.4 <i>Website</i>	32
4.3.5 Brosur.....	32
4.3.6 <i>Leaflet</i>	33
4.3.7 <i>Banner</i>	33
4.3.8 <i>Gimmick</i>	33
4.4 Visualisasi konsep.....	33
4.4.1 Logo.....	34
4.4.1.2 Konsep Logo.....	34
4.4.1.2 Spesifikasi Logo.....	34
4.4.1.2.1 Logo Grid.....	35
4.4.1.2.2 Ukuran Minimum Logo.....	35
4.4.1.2.3 Warna Logo.....	35
4.4.1.2.4 Tipografi.....	35
4.4.2 Ukuran dan Biaya Media.....	36
4.4.2.1 Ukuran Media.....	36
4.4.2.2 Biaya Media/ <i>Budgeting</i>	36
4.4.2.2.1 Tahap <i>Conditioning</i>	36
4.4.2.2.2 Tahap <i>Informing</i>	36
4.4.2.2.2.1 Media Untuk Acara Penyuluhan di satu Kota.....	36

4.4.2.2.3 Tahap <i>Reminding</i>	36
4.4.3 Visualisasi Media.....	37
4.4.3.1 Perlengkapan.....	37
4.4.3.1.1 Seragam.....	38
4.4.3.1.2 Tempat Penyuluhan.....	39
4.4.3.2 Tahap <i>Conditioning</i>	40
4.4.3.2.1 <i>Billboard</i>	40
4.4.3.2.1.1 Tahap <i>conditioning</i> 1.....	41
4.4.3.2.1.2 Tahap <i>conditioning</i> 2.....	41
4.4.3.2.2 Poster.....	42
4.4.3.2.3 <i>Print ad</i>	43
4.4.3.2.4 <i>Neonsign</i>	44
4.4.3.3 Tahap <i>Informing</i>	45
4.4.3.3.1 <i>Workshop</i>	46
4.4.3.3.2 Brosur.....	46
4.4.3.3.3 <i>Website</i>	47
4.4.3.3.4 <i>Story board</i>	48
4.4.3.3.5 <i>Story board</i>	49
4.4.3.4 Tahap <i>Reminding</i>	50
4.4.3.4.1 <i>Billboard</i>	50
4.4.3.4.1 <i>Print AD</i>	51
4.4.3.4.1 <i>Gimmick</i>	52
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR ISTILAH	
DAFTAR LAMPIRAN	
UCAPAN TERIMA KASIH	
DATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Diagram 1.1 Skema Perancangan

Diagram 2.1 Model Kampanye Ostergaard

Gambar 3.1 Logo Direktorat Jendral Pajak

Diagram 3.1 Struktur Organisasi Direktorat Jendral Pajak

Gambar 4.1 Logo kampanye

Gambar 4.2 Desain seragam pegawai

Gambar 4.3 Desain tempat penyuluhan

Gambar 4.4 Desain billboard dan neonsign

Gambar 4.5 Desain billboard bentuk landscape

Gambar 4.6 Desain billboard bentuk portrait

Gambar 4.7 Desain poster pada tahap conditioning

Gambar 4.8 Desain print ad pada tahap conditioning

Gambar 4.9 Desain neonsign

Gambar 4.10 Media workshop pada tahap informing

Gambar 4.11 Desain brosur pada tahap informing

Gambar 4.12 Desain website pada tahap informing

Gambar 4.13 Storyboard pada tahap informing

Gambar 4.14 Storyboard pada tahap informing

Gambar 4.15 Desain billboard pada tahap reminding

Gambar 4.16 Desain print AD pada tahap reminding

Gambar 4.17 Gimmick pada tahap reminding