

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	4
1.2.1 Permasalahan.....	4
1.2.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.2.1 Sumber.....	4
1.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.5 Skema Perancangan.....	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye.....	7
2.1.1 Tujuan Kampanye	7
2.1.1 Faktor-faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye.....	8
2.1.3 Perencanaan Kampanye.....	9
2.2 Komunikasi.....	10
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	10
2.3 Komunikasi Massa.....	11
2.3.1 Fungsi Komunikasi Massa.....	12

2.4 Desain Komunikasi Visual.....	13
2.5 Logo.....	14

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	16
3.1.1 Globalisasi.....	16
3.1.2 Perusahaan/Lembaga Terkait.....	17
3.1.3 Fenomena Industri Indonesia.....	18
3.1.4 Hasil Kuesioner.....	22
3.1.5 Hasil Wawancara.....	28
3.1.6 Tinjauan terhadap Program Sejenis.....	31
3.2 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta.....	33
3.2.1 Tabel Analisis.....	33
3.2.2 Analisis SWOT.....	34
3.2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning.....	35

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	37
4.1.1 Tahapan Kampanye.....	37
4.1.2 Creative Brief.....	38
4.2 Konsep Kreatif.....	40
4.2.1 Konsep Verbal.....	40
4.2.2 Konsep Visual.....	40
4.3 Konsep Media.....	41
4.4 Hasil Karya.....	47
4.4.1 Logo Kampanye.....	47
4.4.1.1 Logo Event.....	51
4.4.1.2 Aplikasi Logo.....	52
4.4.2 Poster.....	54
4.4.2.1 Poster Seri Informing.....	54
4.4.2.2 Poster Seri Event.....	62
4.4.3 Billboard.....	66

4.4.3.1 Billboard Informing.....	66
4.4.3.2 Billboard Event.....	68
4.4.4 Website.....	69
4.4.5 Banner.....	72
4.4.6 Iklan Koran.....	73
4.4.7 Iklan Majalah.....	74
4.4.8 Flyer.....	76
4.4.9 Media Berjalan.....	78
4.4.10 Ambient Media.....	80
4.4.11 Baligo.....	81
4.4.12 Umbul-umbul.....	84
4.4.13 Backdrop.....	85
4.4.14 Standing Display.....	86
4.4.15 Gimmick.....	87
4.4.15.1 Pin.....	88
4.4.15.2 Mug.....	89
4.4.15.3 Kipas.....	90
4.4.15.4 Kaos.....	91
4.4.15.5 Shopping Bag.....	92
4.5 Timeline Media Kampanye.....	93
4.6 Budgeting Media.....	94

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran Penulis.....	99

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH

DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN

SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR

UCAPAN TERIMAKASIH

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Beberapa fakta mengenai keadaan industri lokal di Indonesia setelah ACFTA

Tabel 2 Perbandingan antara produk Indonesia dengan produk China

Tabel 3 Frekuensi responden adalah sebanyak 65 anak muda pernah mendengar tentang ACFTA (*ASEAN China Free Trade Agreement*)

Tabel 4 Frekuensi responden adalah sebanyak 51 anak muda memahami pengertian tentang ACFTA (*ASEAN China Free Trade Agreement*)

Tabel 5 Frekuensi responden adalah sebanyak 75 anak muda tidak pernah melihat atau mengetahui tentang logo 100% Cinta Indonesia

Tabel 6 Frekuensi responden adalah sebanyak 51 anak muda sering membeli dan menggunakan produk luar negeri dibandingkan produk Indonesia

Tabel 7 Frekuensi responden adalah sebanyak 55 anak muda sering membeli dan menggunakan produk-produk China

Tabel 8 Frekuensi responden adalah sebanyak 71 anak muda ragu produk China berkualitas baik

Tabel 9 Frekuensi responden adalah sebanyak 57 anak muda membeli produk China karena harganya lebih murah dibandingkan produk Indonesia

Tabel 10 Frekuensi responden adalah sebanyak 58 anak muda membeli produk China karena visualnya lebih menarik dibandingkan produk Indonesia, misalnya visual gambar pada kaos dan *packaging*

Tabel 11 Frekuensi responden adalah sebanyak 44 anak muda biasa saja membeli dan menggunakan produk Indonesia

Tabel 12 Frekuensi responden adalah sebanyak 56 anak muda ragu produk Indonesia berkualitas baik

Tabel 13 Frekuensi responden adalah sebanyak 52 anak muda dapat membedakan produk China dengan produk Indonesia, misalnya batik China dan batik Indonesia

Tabel 14 Frekuensi responden adalah sebanyak 41 anak muda ragu produk China lebih baik dibandingkan produk Indonesia

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Logo 100% Indonesia
- Gambar 2 Warna Logo Kampanye
- Gambar 3 Logo Grid
- Gambar 4 Logo *Event*
- Gambar 5 Warna Logo *Event*
- Gambar 6 Aplikasi Logo
- Gambar 7 Referensi Desain Tradisional yang Menggunakan Elemen Pita
- Gambar 8 Poster Seri *Informing* 1
- Gambar 9 Poster Seri *Informing* 2
- Gambar 10 Poster Seri *Informing* 3
- Gambar 11 Poster Seri *Informing* 4
- Gambar 12 Poster Seri *Informing* 5
- Gambar 13 Poster Seri *Informing* 6
- Gambar 14 Poster Seri *Informing* 7
- Gambar 15 Poster Seri *Event* 1
- Gambar 16 Poster Seri *Event* 2
- Gambar 17 Poster Seri *Event* 3
- Gambar 18 Poster Seri *Event* 4
- Gambar 19 Billboard *Informing* 1
- Gambar 20 Billboard *Informing* 2
- Gambar 21 Billboard *Informing* 3
- Gambar 22 Billboard *Informing* 4
- Gambar 23 Aplikasi Billboard *Informing*
- Gambar 24 Billboard *Event* 1
- Gambar 25 Billboard *Event* 2
- Gambar 26 Aplikasi Billboard *Event*
- Gambar 27 Website Halaman *Home*
- Gambar 28 Website Halaman *About*

Gambar 29 Website Halaman *News*
Gambar 30 Website Halaman *Event*
Gambar 31 Website Halaman *Contact*
Gambar 32 X-Banner 1
Gambar 33 X-Banner 2
Gambar 34 Iklan Koran Kompas
Gambar 35 Iklan Koran Pikiran Rakyat
Gambar 36 Iklan Majalah Cosmo Girl
Gambar 37 Iklan Majalah Suave
Gambar 38 Iklan Majalah Hai
Gambar 39 Flyer Variasi 1
Gambar 40 Flyer Variasi 2
Gambar 41 Flyer Variasi 3
Gambar 42 Flyer Variasi 4
Gambar 43 Bus *Informing* Bagian Depan dan Belakang
Gambar 44 Bus *Informing* Bagian Sisi 1
Gambar 45 Bus *Informing* Bagian Sisi 2
Gambar 46 Bus *Event* Bagian Depan dan Belakang
Gambar 47 Bus *Event* Bagian Sisi 1
Gambar 48 Bus *Event* Bagian Sisi 2
Gambar 49 *Ambient* pada Lift
Gambar 50 Baligo Variasi 1
Gambar 51 Baligo Variasi 2
Gambar 52 Baligo Variasi 3
Gambar 53 Baligo Variasi 4
Gambar 54 Umbul-umbul 6 variasi
Gambar 55 *Backdrop*
Gambar 56 *Standing Display*
Gambar 57 Variasi Pin
Gambar 58 Mug
Gambar 59 Variasi Kipas 1
Gambar 60 Variasi Kipas 2

Gambar 61 Kaos

Gambar 62 *Shopping Bag*