

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Ruang Lingkup Kajian	6
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Teknik Pengumpulan Data	7
1.7 Skema Perancangan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Polusi Pencemaran Udara	9
2.1.1 Klasifikasi Pencemaran Udara	9
2.1.2 Penyebab Utama Pencemaran Udara	10
2.2 Kendaraan Bermotor	10
2.3 Lingkungan Hidup	12
2.3.1 Pengertian Lingkungan Hidup	12
2.3.2 Fungsi Lingkungan Hidup	13
2.4 Kampanye	15
2.4.1 Pengertian Kampanye	15

2.4.2 Jenis-Jenis Kampanye	16
2.4.3 Penggunaan Media dalam Kampanye	18
2.4.4 Strategi Komunikasi Kampanye	19
BAB III	DATA DAN ANALISA
3.1 Data Institusi	22
3.1.1 Penyelenggara Kampanye	22
3.1.1.1 Visi dan Misi Walhi	24
3.1.1.2 Tujuan Strategis Walhi	25
3.1.1.3 Kegiatan Utama Walhi	25
3.1.1.4 Kelembagaan Walhi	26
3.1.1.5 Pengambilan Keputusan Walhi	26
3.1.1.6 Sumber Pendanaan Walhi	27
3.1.1.7 Catatan Perjalanan 30tahun Walhi	27
3.1.2 Institusi Terkait	36
3.1.2.1 Dinas Perhubungan	37
3.1.2.2 Badan Pengelola Lingkungan Hidup	39
3.1.3 Penyandang Dana Kampanye	41
3.2 Data Masalah Pencemaran Udara	41
3.3 Penyebab Terbesar Polusi Udara dikota Bandung	51
3.4 Data Khayalak Sasaran	53
3.5 Data Proyek Sejenis	54
3.6 Analisa	54
BAB IV	STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN
4.1 Strategi	57
4.1.1 Strategi Komunikasi	57
4.1.2 Strategi Kreatif	58

4.1.3 Strategi Visual	58
4.2 Hasil Perancangan	60
4.2.1 Logo	60
4.2.2 Media Kampanye	62
4.3 <i>Budgeting</i>	73
4.4 Kesimpulan dan Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DATA DIRI	xii
UCAPAN TERIMAKASIH	xiii

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Sketsa Logo	75
Lampiran Sketsa Media	80