

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	
1.2.1 Permasalahan	2
1.2.2 Ruang Lingkup Permasalahan	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kampanye	6
2.1.1 Jenis – Jenis Kampanye	7
2.1.2 Tahapan Dalam Persiapan Kampanye	7
2.1.3 Prinsip – Prinsip Kampanye	7
2.1.4 Menentukan Isi Pesan Dalam Kampanye	8

2.1.5	Pemilihan Media Dalam Kampanye	8
2.2	Perilaku Menyimpang	9
2.2.1	Tindakan Kriminal atau Kejahatan	10
2.2.2	Penjambretan	11
BAB III	DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1	Data dan Fakta	12
3.1.1	Lembaga Pendukung Kampanye	12
3.1.1.1	Lambang Polda Jabar	12
3.1.1.2	Sejarah Polda jabar	14
3.1.1.3	Visi dan Misi Polda Jabar	15
3.1.1.4	Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi, dan Struktur Organisasi Polda Jabar	16
3.1.2	Data Permasalahan	18
3.1.2.1	Hasil Wawancara	18
3.1.2.2	Hasil Kuisisioner	19
3.1.2.3	Studi Pustaka	26
3.1.3	Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	31
3.1.3.1	Kampanye “ <i>I Wanna Get Home Safely</i> ”	31
3.1.3.2	Kampanye <i>Street Crime</i>	32
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	33
3.3	Segmentasi, Targeting, dan Positioning	35
3.4	Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats	36
BAB IV	PEMECAHAN MASALAH	
4.1	Konsep Komunikasi	37
4.2	Konsep Kreatif	38

4.2.1 Gaya Gambar	39
4.2.2 <i>Layout</i>	39
4.2.3 Warna	39
4.2.4 <i>Font</i>	39
4.3 Konsep Media	40
4.3.1 Media Pers	40
4.3.2 Media Cetak	41
4.3.3 <i>Merchandise</i>	41
4.3.4 Media Elektronik	42
4.3.5 Media <i>Outdoor</i>	42
4.4 <i>Timeline</i> Kampanye	43
4.5 Hasil Karya	45
4.5.1 Konsep Nama Waspada	45
4.5.2 Konsep Logo	45
4.5.3 Poster	49
4.5.4 Website dan Situs Jejaring Sosial	52
4.5.5 Koran dan Majalah	54
4.5.6 <i>Sign Board</i>	55
4.5.7 Spanduk	56
4.5.8 Media <i>Ambient</i>	57
4.5.9 <i>Ambient</i> Angkutan Umum	58
4.5.10 <i>Merchandise</i>	59
4.6 Perincian Biaya Media / <i>Budgeting</i>	60

BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan	62
	5.2 Saran Penulis	63
DAFTAR PUSTAKA		xiv
DAFTAR ISTILAH		xvi
DAFTAR LAMPIRAN		xvii
SARAN DAN KOMENTAR PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR		xviii
UCAPAN TERIMA KASIH		xix
DATA DIRI		xx

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Skema Perancangan	5
Tabel 3.1	Grafik Perbandingan Responden Perempuan dan Laki-Laki	20
Tabel 3.2	Grafik Usia Responden	20
Tabel 3.3	Grafik Penghasilan Responden	21
Tabel 3.4	Grafik Pendidikan Terakhir yang Ditempuh Responden	21
Tabel 3.5	Grafik Majalah yang Dibaca Responden	22
Tabel 3.6	Grafik Tempat Bersantai Responden	22
Tabel 3.7	Grafik Alat Transportasi Responden	22
Tabel 3.8	Grafik Kejahatan Yang Marak di Bandung Menurut Responden	23
Tabel 3.9	Grafik Keamanan Bersepeda Motor Menurut Responden	23
Tabel 3.10	Grafik Seringnya Aksi Penjambretan Menurut Responden	23
Tabel 3.11	Grafik Waktu Penjambretan Menurut Responden	24
Tabel 3.12	Grafik Tanggung Jawab Masalah Penjambretan Menurut Responden	24
Tabel 3.13	Grafik Penanganan Pihak Berwajib Menurut Responden	25
Tabel 3.14	Grafik Cara Yang Paling Efektif Untuk Mencegah Penjambretan Menurut Responden	25
Tabel 3.15	Tingkat Kejahatan di Bandung Berdasarkan Jenis Kasus	28
Tabel 3.16	Data Curas 2010/2011	29
Tabel 3.17	Grafik Penjambretan di Daerah Bandung	30
Tabel 3.18	Jumlah Curas Berdasarkan Jenis Wilayah	30
Tabel 3.19	Jumlah Curas Berdasarkan Waktu Kejadian	31

Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Kampanye	43
Tabel 4.2	Perincian Biaya Kampanye	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Lambang Polda Jabar	12
Gambar 3.2	Logo Kampanye <i>I Wanna Get Home Safety</i>	31
Gambar 3.3	Poster Kampanye <i>Street Crime</i>	32
Gambar 4.1	Logo Waspada	45
Gambar 4.2	Warna Logo	46
Gambar 4.3	Slogan Kampanye	47
Gambar 4.4	Logo Negatif	48
Gambar 4.5	Ukuran Logo	48
Gambar 4.6	Larangan Logo	49
Gambar 4.7	Poster Tahap Pertama	49
Gambar 4.8	Poster Tahap Kedua	51
Gambar 4.9	<i>Website</i>	52
Gambar 4.10	<i>Facebook</i>	53
Gambar 4.11	<i>Twitter</i>	54
Gambar 4.12	Tabloid dan Majalah	54
Gambar 4.13	<i>Sign Board</i>	55
Gambar 4.14	Spanduk	56
Gambar 4.15	<i>Ambient</i>	57
Gambar 4.16	Ambient Angkot	59
Gambar 4.17	<i>Merchandise</i>	60

DAFTAR ISTILAH

- **Slogan** : perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu
- **Tagline** : slogan dalam iklan
- **Timeline** : perencanaan waktu suatu kegiatan atau urutan kejadian berdasarkan waktu
- **Logo** : huruf atau lambang yang mengandung makna
- **Logogram** : gambar atau lambang yang memiliki suatu makna
- **Logotype** : gambar nama, berbentuk tulisan khas yang mengidentifikasi suatu nama atau merek
- **Font** : huruf atau tulisan
- **Sans-Serif** : jenis huruf yang sederhana, tidak memiliki kaki atau garis lebih pada setiap hurufnya
- **Ambient** : media yang penempatannya menyesuaikan dan memanfaatkan lingkungan sekitarnya
- **Outdoor** : di luar ruangan
- **Shiluet** : gambar yang berbentuk garis luar atau kontur dari suatu objek
- **Simbolik** : simbol atau gambar yang memiliki makna tertentu
- **Segmentasi** : pembagian struktur sosial ke dalam unit-unit tertentu yang sama
- **Modus** : cara, kebiasaan seseorang atau kelompok dalam melakukan sesuatu yang sering dilakukan, berulang kali dilakukan
- **Zebra Cross** : tempat atau tanda di jalan untuk orang menyebrang, berupa garis-garis putih

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A : Wawancara
- Lampiran B : Data Kepolisian
- Lampiran C : Pencurian dalam KUHP
- Lampiran D : Kuisioner
- Lampiran E : Sketsa Logo
- Lampiran F : Proses Visual Karya Tugas Akhir
- Lampiran G : Lembar Asistensi

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.