

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	5
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.5 Skema Perancangan.....	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Desain Grafis.....	7
2.2 Komunikasi.....	8
2.3 Strategi Komunikasi.....	9
2.4 Komunikasi Massa.....	10
2.5 Fungsi Komunikasi Massa.....	11
2.6 Efek Komunikasi Massa.....	12
2.7 Pengertian Remaja.....	13
2.8 Karakteristik Nilai, Moral dan Sikap Remaja.....	14
2.9 Psikologi Sosial.....	15
2.10 Teori Pembelajaran Sosial.....	16
2.11 Teori Pemudahan Sosial.....	17
2.12 Kampanye.....	18
2.13 <i>Ideologically or Caused Oriented Campaigns</i>	18

2.14	Model Kampanye Ostergaard.....	19
2.15	Teori Difusi Inovasi.....	20
2.16	Teori Perilaku Terencana.....	20

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta	
3.1.1	Data Lembaga Terkait.....	22
	A. Departemen Pendidikan Kota Bandung.....	22
	B. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung....	24
3.1.2	Data Hasil Wawancara.....	27
	A. Wawancara Bagian Seni Budaya Depbudpar.....	27
	B. Wawancara Psikolog.....	28
3.1.3	Data Artikel Internet.....	29
	1. Belajar Menghargai Waktu.....	29
	2. Budaya Jam Karet pada Masyarakat Indonesia.....	30
	3. Jam Karet = Budaya Indonesia.....	30
	4. Jam Karet, Terlambat, Tunda Jadwal dan Budaya Kerja Kita.....	31
	5. Jam Karet.....	31
3.1.4	Tinjauan Proyek Sejenis.....	32
	A. GDN.....	32
	B. Karya Grafis Tentang Jam Karet oleh Eva Blaak.....	33
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	34
3.2.1	Segmentasi, Targetting, Positioning.....	34
3.2.2	Teori 5W 1H.....	35
3.2.3	Analisis Terhadap Teori Relevan yang Akan Diterapkan.....	36

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	41
4.2	Konsep Kreatif.....	43
4.3	Konsep Media.....	45
4.4	Hasil Karya.....	52
	4.4.1 Penamaan Kampanye.....	52
	4.4.2 Logo Kampanye.....	53
	4.4.3 Slogan dan Tagline Kampanye.....	56
	4.4.4 Stationary.....	57
	4.4.5 Poster Layanan Masyarakat Tahap Conditioning.....	58
	4.4.6 Ambient Media (Toilet).....	59
	4.4.7 Ambient Media (Escalator).....	60
	4.4.8 Bumper Game Machine.....	60
	4.4.9 Ambient Media (Spot Lamp).....	61
	4.4.10 Iklan Bagasi Taksi dan Angkot.....	62
	4.4.11 Bumper Televisi.....	63
	4.4.12 Poster Layanan Masyarakat Tahap Informing.....	64
	4.4.13 Billboard.....	65
	4.4.14 Iklan Majalah.....	66
	4.4.15 Bumper Bioskop.....	66
	4.4.16 Emoticon.....	67
	4.4.17 Iklan pada Facebook dan Banner pada Situs Internet.....	68
	4.4.18 Website.....	69
	4.4.19 Collectible Poster.....	70
	4.4.20 Pin.....	70
	4.4.21 T-shirt.....	71
	4.4.22 Tote Bag.....	71

4.4.23 Korek Api.....	72
4.4.24 Loose Leaf.....	73
4.4.25 Gelang Jam Karet.....	73
4.4.26 Video Wall.....	74
4.4.27 Window Display Media.....	75
4.4.28 Alternative Media pada Mangkuk Bakso.....	76
4.4.29 Signage.....	76
4.4.30 Alternative Media pada Stik Eskrim.....	77
4.4.31 Ambient Media pada Palang Parkir.....	78

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Kata Penutup.....	80
5.3 Saran Penulis.....	80

DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN SKETSA.....	82
SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR...	90
DATA PENULIS.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kantor Dinas Pendidikan Kota Bandung.....	22
Gambar 3.2 Kantor Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	24
Gambar 3.3 Penulis Bersama Bapak Tjep Dahyat.....	27
Gambar 3.4 Majalah Concept vol02edisi12'2006.....	33
Gambar 4.1 Logo Kampanye.....	53
Gambar 4.2 Brand Color.....	54
Gambar 4.3 Logo Grid.....	55
Gambar 4.4 Logo Scale.....	55
Gambar 4.5 Color Application.....	56
Gambar 4.6 Stationary Set.....	57
Gambar 4.7 Poster Conditioning.....	58
Gambar 4.8 Ambient Media pada Toilet.....	59
Gambar 4.9 Ambient Media pada Eskalator.....	60
Gambar 4.10 Bumper pada Game Machine.....	60
Gambar 4.11 Alternative Media pada Spot Lamp.....	61
Gambar 4.12 Iklan pada Angkot dan Taksi.....	62
Gambar 4.13 Bumper pada Televisi.....	63
Gambar 4.14 Poster Informing.....	64
Gambar 4.15 Iklan pada Billboard.....	65
Gambar 4.16 Iklan Majalah.....	66
Gambar 4.17 Bumper Bioskop.....	66
Gambar 4.18 Emoticon.....	67
Gambar 4.19 Iklan pada Facebook.....	68
Gambar 4.20 Banner pada Internet.....	68
Gambar 4.21 Website.....	69
Gambar 4.22 Collectible Poster.....	70
Gambar 4.23 Pin.....	70

Gambar 4.24 T-shirt.....	71
Gambar 4.25 Tote Bag.....	71
Gambar 4.26 Korek Api.....	72
Gambar 4.27 Loose Leaf.....	73
Gambar 4.28 Gelang Jam Karet.....	73
Gambar 4.29 Video Wall.....	74
Gambar 4.30 Alternatif Media pada Window Display.....	75
Gambar 4.31 Alternatif Media pada Mangkuk Bakso.....	76
Gambar 4.32 Signage.....	76
Gambar 4.33 Alternatif Media pada Stik Es Krim.....	77
Gambar 4.30 Alternatif Media pada Palang Parkir.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Memaparkan Manajemen Waktu Kampanye.....	45
Tabel IV.2 Budgeting Media.....	51