

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	2
I.3. Rumusan Masalah.....	3
I.4. Batasan Masalah	3
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	3
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	3
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. TINJAUAN PENCEMARAN SUNGAI CITARUM	5
II.1. Landasan Teori	5
II.1.1. Definisi Sungai	5
II.1.2. Pentingnya Sungai	6
II.1.3. Pencemaran Air Sungai	8
II.2. Objek Penelitian	10
II.2.1. Profil Sungai Citarum	10
II.2.2. Pencemaran di Sungai Citarum	13
II.2.3. Hubungan Sampah dengan Banjir	15
II.3. Objek Penelitian	17
II.3.1. Analisis Kondisi Pemukiman Masyarakat di Perbatasan Sungai Citarum	17

II.3.2. Analisis Kondisi Banjir	21
II.3.3. Wawancara SATGAS Sektor VI Citarum Harum	24
II.3.4. Kuisisioner	26
II.4. Resume	29
II.5. Solusi Perancangan	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	32
III.1. Khalayak Sasaran	32
III.1.1. Demografis	32
III.1.2. Geografis	32
III.1.3. Psikografis	33
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	33
III.1.5. <i>Consumer Journey</i>	33
III.2. Strategi Perancangan	35
III.2.1. Tujuan Komunikasi	35
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	36
III.2.3. <i>Mandatory</i>	38
III.2.4. Materi Pesan	38
III.2.5. Gaya Bahasa	39
III.2.6. Strategi Kreatif	39
III.2.6.1. <i>Storyline</i>	41
III.2.6.2. <i>Storyboard</i>	43
III.2.6.3. Visualisasi	46
III.2.6.4. <i>Copywriting</i>	46
III.2.7. Strategi Media	46
III.2.7.1. Media Utama	46
III.2.7.2. Media Pendukung	47
III.2.7.3. Strategi Media dalam Metode AISAS	49
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	50
III.2.8.1. Strategi Distribusi	49
III.2.8.2. Waktu Penyebaran Media	49

III.3. Konsep Visual	52
III.3.1. Format Desain	52
III.3.2. Tata Letak	52
III.3.3. Tipografi	53
III.3.4. Ilustrasi	56
III.3.5. Warna	60
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI.....	62
IV.1. Teknik Produksi	62
IV.1.1. Tahap Pra Produksi	62
IV.1.2. Tahap Produksi	62
IV.1.3. Tahap Paska Produksi	65
IV.2. Konsep Media	66
IV.2.1. Media Utama	66
IV.2.2. Media Pendukung	70
IV.2.2.1. Media Pendukung Utama	71
IV.2.2.2. Media Pendukung <i>Merchandise</i>	76
BAB V. KESIMPULAN.....	84
V.1. Kesimpulan	84
V.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	90