DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 2
I.4 Batasan Masalah 2
I.5 Tujuan Perancangan 3

BAB II SOSIALISASI PILKADA DI KABUPATEN BANDUNG 2015
II.1 Landasan Teori 4
II.1.1 Pengertian Sosialisasi 4
II.1.1.1 Interaksi Sosial 5
II.1.2 Pemilihan Ketua Daerah (Pilkada) 6
II.1.3 Pemutakhiran Data Pemilih 8
II.1.4 Kampanye 11
II.1.4.1 Kampanye Sosial 13
II.1.4.2 Efek dan Tujuan Kampanye 14
II.1.5 Jenis Media Informasi Dalam Kampanye 15
II.1.5.1 Media Informasi Sosialisasi Dalam Pilkada Bandung 2010 16
II.1.6 Profil Kabupaten Bandung 16
II.2 Objek Penelitian 18
II.3 Analisa 18

II.4 Khalayak Sasaran 19
II.5 Resume dan Solusi..... 19

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan 21
III.1.1. Tujuan Komunikasi 21
III.1.2. Pendekatan Komunikasi 21
III.1.3. Materi Pesan 23
III.1.4. Gaya Bahasa 23
III.1.5. Strategi Kreatif 23
III.1.6. Strategi Media..... 24
III.1.7. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media..... 26
III.2.1. Konsep Visual..... 27
III.2.1.1. Format Desain..... 28
III.2.1.2. Tata Letak (*Layout)* 28
III.2.1.3. Tipografi 28
III.2.1.4. Ilustrasi 30
III.2.1.5. Warna..... 31

BAB IV TEKNIS PRODUKSI
IV.1 Teknis Media 34
IV.1.1 Tahap Sketsa Awal 34
IV.1.2 Tahap Eksekusi Visual..... 34
IV.1.3 Tahap Perancangan 35
IV.1.4 Tahap Akhir 36

DAFTAR PUSTAKA 43
LAMPIRAN..... 45