DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vi
DAFTAR TABEL viii

Bab I Pendahuluan
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Fokus Masalah 3
I.4 Tujuan Perancangan 3
Bab II Tinjauan Umum Media Kampanye Babakan Siliwangi
II.1 Tinjauan Hutan Kota Bandung 4
II.1.1.Pengertian dan Sejarah Hutan Kota 4
II.1.2.Tinjauan Babakan Siliwangi 5
II.1.3 Tipe Hutan Kota Babakan Siliwangi 9
II.1.4 Peranan Hutan Kota Babakan Siliwangi 10
II.2 Media Kampanye 12
II.2.1 Jenis-Jenis Kampanye 13
II.2.2 Fungsi Kampanye 14
II.3. Analisi Hutan Kota Kota Bandung 15
Bab III Strategi Perancangan dan Konsep
III.1 Strategi Perancangan 16
III.1.1 Strategi Komunikasi 16
III.1.1.1 Tujuan Komunikasi 17
III.1.2 Strategi Kreatif 17
III.1.2.1 Konsep dan Pelaksanaan acara 17
III.1.2.2 Tahapan Kampanye Sosial 18
III.1.3 Strategi Media 19
III.1.3.1 Media Utama 19

III.1.3.2 Media Pendukung 19
III.1.4 Distribusi Media 20
III.2 Konsep Visual Kampanye 21
III.2.1 Format Desain..... 21
III.2.2 Tata Letak / *Layout*..... 21
III.2.3 Tipografi 22
III.2.4 Studi Visual 23
III.2.5 Logo..... 24
III.2.6 Warna..... 25
Bab IV Media dan Teknis Produksi 27

DAFTAR PUSTAKA 36
LAMPIRAN 37