DAFTAR ISI

ABSTRAK……..i
KATA PENGANTAR…….…….iii
DAFTAR ISI…….…….iv
DAFTAR GAMBAR……vi
DAFTAR TABEL…….……...vii

BAB I PENDAHULUAN……...1

I.1 Latar Belakang Masalah..... 1

I.2 Identifikasi Masalah..... 2

I.3 Fokus Permasalahan..... 3

I.4 Tujuan Perancangan..... 3

BAB II KAMPANYE MENYALAKAN LAMPU UTAMA MOTOR DI SIANG HARI DAN OPINI PENGENDARA……..4

II.1 Pengertian Kampanye..... 4

II.1.1 Jenis-Jenis Kampanye..... 4

II.1.2 Tujuan Kampanye..... 6

II.2 Kendaraan..... 7

II.2.1 Sepeda Motor..... 7

II.3 Undang-Undang no 22 tahun 2009..... 7

II.3.1 Hal Yang Melatar Belakangi Peraturan Pemerintah..... 8

II.3.2 Tujuan dan manfaat dari peraturan pemerintah..... 9

II.3.3 Opini Masyarakat Mengenai Peraturan Pemerintah..... 10

II.4 Analisis 5W+1H..... 16

II.5 Segmentasi..... 17

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL……18

III.1 Strategi Perancangan..... 18

III.2 Strategi Komunikasi 18
III.2.1 Tujuan Komunikasi 18
III.2.2 Materi Pesan 19
III.2.3 Pendekatan Bahasa 19
III.2.4 Positioning 20
III.3 Strategi Kreatif 20
III.3.1 Pendekatan Verbal 21
III.3.2 Gagasan Visual 21
III.3.3 Pendekatan Visual 22
III.4 Tahapan Kampanye 22
III. 5 Strategi Media 22
III.5.1 Pemilihan Media 23
III.5.2 Penyebaran Media 25
III.6 Konsep Visual 26
III.6.1 Format Desain 26
III.6.2 Tata Letak 27
III.6.3 Jenis Huruf 27
III.6.4 Ilustrasi 28
III.6.5 Warna 30
BAB IVMEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI……...31
IV.1 Pra Produksi 31
IV. 2 Teknik Produksi 32
IV.2.1 Media Utama 32
IV.2.2 Media Pendukung 35
DAFTAR PUSTAKA……...44
LAMPIRAN……..46