DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR LAMPIRAN vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL x
Bab I Pendahuluan 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 4
I.3 Fokus Masalah 5
I.4 Tujuan Perancangan 5
Bab II Pengertian Kampanye, Telepon Seluler Pintar,
Sosialisasi dan Opini Remaja 6
II.1 Kampanye 6
II.1.1 Jenis Kampanye.....7
II.2 Telepon Seluler Pintar 9
II.2.1 Sejarah Telepon Seluler Pintar 10
II.2.2 Jenis Telepon Seluler Pintar 11
II.2.3 Pengguna *Smartphone* di Indonesia 14
II.2.4 Kelebihan dan Kekurangan Smartphone 14
II.3 Sosialisasi 15
II.3.1 Interaksi Sosial 16
II.3.2 Sosialisasi Dunia Nyata dan Dunia Maya 16
II.4 Opini Remaja 17
II.4.1 Wawancara 18
II.4.2 Kuesieoner 20
II.5 Segmentasi 22
II.5.1 Demografis 22
II.5.2 Psikografis 22

II.5.3 Geografis 23
II.6 Analisis 5W1H 23
Bab III Strategi Perancangan dan Konsep Visual 25
III.1 Strategi Perancangan 25
III.1.1 Pendekatan Komunikasi 25
III.1.2 Strategi Kreatif 27
III.1.3 Strategi Media 27
III.1.4 Strategi Distribusi 31
III.2 Konsep Visual 32
III.2.1 Format Desain 32
III.2.2 Tata Letak 33
III.2.3 Huruf.....34
III.2.4 Ilustrasi 35
III.2.5 Warna 38
Bab IV Teknis Produksi Media 39
IV.1 Media Utama 39
IV.1.1 Poster Digital 39
IV.2 Media Penunjang 40
IV.2.1 Situs Web 40
IV.2.2 Poster Cetak 41
IV.2.3 Billboard 42
IV.2.4 Iklan Majalah 43
IV.2.5 Brosur 44
IV.2.6 Flyer 45
IV.2.7 X-Banner 46
IV.2.8 Ambience Media 47
IV.3 Gimmick 48
IV.3.1 Pin 48
IV.3.2 Stiker 49
IV.3.3 Silikon Telepon Seluler 50
IV.3.4 Kaos 50
IV.3.5 Mug 51

IV.3.6 Jam Weker 52
IV.3.7 Buku Tulis 53
IV.3.8 Pembatas Buku 54
DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar bimbingan A 57
Lampiran 2 Lembar bimbingan B 58
Lampiran 3 Lembar bimbingan C 59
Lampiran 4 Kuesioner 60
Lampiran 5 Sketsa visual A 60
Lampiran 6 Sketsa visual B 60
Lampiran 7 Sketsa visual C.....61
Lampiran 8 Sketsa visual D 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Siswi SMA sedang menggunakan smartphone 3
Gambar II.1 Iklan produk provider IM3 7
Gambar II.2 Poster kampanye Barrack Obama 8
Gambar II.3 Kampanye WWF tentang pengrusakan hutan 9
Gambar II.4 Nokia 700 11
Gambar II.5 iPhone 4s 11
Gambar II.6 Blackberry Torch 9860.....12
Gambar II.7 HTC Arrive.....12
Gambar II.8 Palm Pre 13
Gambar II.9 Sony Ericsson Xperia S.....13
Gambar II.10 Samsung Wave GT-S8500 14
Gambar III.1 Layout media kampanye dan aplikasi pada media 33
Gambar III.2 Huruf Harabara dan aplikasinya pada *headline*.....34
Gambar III.3 Huruf Klavika dan aplikasinya pada *tagline*.....34
Gambar III.4 Alternatif visual media kampanye.....36
Gambar III.5 Ikon ”*Like This*” dan ”*Unlike This*”.....37
Gambar III.6 Mandatori.....37
Gambar III.7 Warna yang digunakan dalam visual kampanye 38
Gambar IV.1 Varian poster digital 39
Gambar IV.2 Situs *Facebook* 40
Gambar IV.3 Situs *Twitter* 40
Gambar IV.4 Poster cetak 41
Gambar IV.5 Billboard 42
Gambar IV.6 Iklan majalah.....43
Gambar IV.7 Brosur.....44
Gambar IV.8 Varian flyer 45
Gambar IV.9 X-Banner.....46
Gambar IV.10 Ambience media.....47
Gambar IV.11 Pin.....48
Gambar IV.12 Varian stiker.....49

Gambar IV.13 Silikon telepon seluler 50
Gambar IV.14 Kaos 51
Gambar IV.15 Mug.....52
Gambar IV.16 Jam weker.....52
Gambar IV.17 Buku catatan.....53
Gambar IV.18 Pembatas buku.....54

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Jadwal penyebaran media kampanye 33