DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS..... ii
ABSTRAK.....iii
ABSTRACT.....iv
KATA PENGANTAR..... v
DAFTAR ISI.....vi
DAFTAR GAMBAR.....ix
DAFTAR TABEL x

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Fokus Permasalahan 3
I.4 Tujuan Perancangan 3

BAB II KAMPANYE ANTI BALAPAN MOTOR LIAR BAGI REMAJA DI KOTA BANDUNG

II.1 Kota Bandung 4
II.2 Pengertian Kampanye 5
II.2.1 Jenis Kampanye 6
II.3 Tujuan Kampanye 8
II.4 Kecenderungan Kenakalan Pada Remaja 8
II.5 Karakteristik Remaja Nakal 14
II.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kecenderungan Kenakalan Remaja 15
II.7 Balap Liar Di Kota Bandung 19
II.8 Penanganan Kasus Balap Motor Liar Dan Opini Masyarakat 20
II.9 Solusi Penanganan Keberadaan Balap Motor Liar 22
II.10 Target Audiens 22

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan 25
III.1.1. Strategi Komunikasi 25
III.1.2. Tujuan Komunikasi 25
III.1.3. Materi Pesan 26
III.1.4. Pendekatan Visual 27
III.1.5. Pendekatan Verbal 27
III.1.6. Strategi Kreatif 28
III.1.7. Strategi Media 28
III.1.8. Strategi Distribusi 29
III.2. Konsep Visual 31
III.2.1. Format Desain 31
III.2.2. Tata Letak 31
III.2.3. Tipografi 31
III.2.4. Ilustrasi 32
III.2.5. Warna 33
III.2.6. Konsep Dan Studi Logo 33

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1. Tahapan Pra Produksi 35
IV.2. Tahapan Produksi 36
IV.2.1 Iklan Televisi 36
IV.2.1.1 Ide/Tema Iklan 36
IV.2.1.2 Sinopsis 36
IV.2.1.3 *Story Line* 37
IV.2.1.4 *Storyboard* 37
IV.2.1.5 Konsep Dan Teknik Editing 39
IV.2.1.6 Tahapan Editing 39

IV.2.1.7 *Screen Shoot* 42
IV.2.2 *Sticker* 44
IV.2.3 Poster 44
IV.2.4 Gantungan Kunci 45
IV.2.5 Spanduk 46
IV.2.6 *Web Banner* 46

DAFTAR PUSTAKA 47
LAMPIRAN 49