DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK ii
ABSTRACT iii
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x
KOSAKATA xi

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

BAB II KAMPANYE SOSIAL PROGRAM "CETAR MEMBAHANA" DARI BANK SAMPAH INDUK CIMAHI 5
II.1 Kampanye 5
II.1.1 Jenis-Jenis Kampanye 6
II.1.2 Fungsi Kampanye 8
II.2 Lingkungan Hidup 8
II.3 Sampah 9
II.3.1 Pengertian Sampah 9
II.3.2 Penggolongan Sampah 10
II.3.3 Sumber dan Komposisi Sampah 11
II.3.4 Pengolahan Sampah 12
II.4 Bank Sampah 13
II.4.1 Alur Kerja Bank Sampah 14
II.4.2 Syarat Berdirinya Sebuah Bank Sampah 15
II.4.3 Manajemen Bank Sampah 20

II.5 Bank Sampah Induk Cimahi 24
II.6 Analisa 28
II.6.1 Analisa Berdasarkan Kuisioner 28
II.6.2 Analisa Berdasarkan Hasil Wawancara 34
II.6.3 Analisa Berdasarkan Hasil Analisa Lapangan 35
II.6.4 Analisa Media Informasi Bank Sampah Induk Cimahi 35
II.7 Ikhtisar 39
II.7 Solusi Perancangan 40

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 41
III.1 Khalayak Sasaran 41
III.1.1 *Consumer Insight* 41
III.1.2 *Consumer Journey* 43
III.2 Strategi Perancangan 44
III.2.1 Tujuan Komunikasi 44
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 44
III.2.3 Materi Pesan 46
III.2.4 Gaya Bahasa 46
III.2.5 Strategi Kreatif 46
III.2.6 Strategi Media 48
III.2.7 Strategi Distribusi 50
III.3 Konsep Visual 52
III.3.1 Format Desain 52
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) 53
III.3.3 Tipografi 54
III.3.4 Fotografi 56
III.3.5 Warna 57

BAB IV TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA 60
4.1 Teknis Media 60
4.1.1 Tahap Sketsa Awal 60
4.1.2 Tahap Eksekusi Visual 60

4.1.3 Tahap Perancangan 61
4.1.4 Tahap Akhir 62

DAFTAR PUSTAKA 70
LAMPIRAN 72