DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
SURAT KETERANGAN PENYERAHAN HAK EKSKLUSIF iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi
BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Pemabasan Masalah 3
I.5 Tujuan Perancangan 3
BAB II PARADIGMA WIRAUSAHA PELAJAR SMK
II.1 Pengertian Paradigma 4
II.1.2 Paradigma Umum 4
II.1.3 Paradigma Sukses 4
II.2 Inti dan Hakikat Kewirausahan 5
II.2.1 Jiwa dan Sikap Wirausaha 5
II.2.2 Kompetensi Kewirausahaan 7
II.2.3 Menumbuhkan Jiwa Wirausaha 7
II.3 Definisi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 8
II.3.1 Konsep Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 9

II.3.2 Tujuan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 9
II.4 Sudi Kasus SMK Pasundan 1 Bandung 10
II.5 Pengumpulan Data 11
II.5.1 Kuesioner Penelitian 11
II.5.2 Sistem Penilaian Kuesioner 11
II.5.3 Hasil Pengolahan Data Kuesioner 11
II.5.4 Kesimpulan 13
II.6. Pemecahan Masalah 14
II.7 Pengertian Kampanye 14
II.7.1 Jenis-Jenis Kampanye 15
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan 16
III.1.1 Pendekatan Komunikasi 17
III.1.1.1 Tujuan Komunikasi 18
III.1.1.2 Materi Pesan 18
III.1.1.3 Pendekatan Komunikasi Visual 19
III.1.1.4 Pendekatan Komunikasi Verbal 19
III.1.2 Strategi Kreatif 19
III.1.3 Strategi Media 19
III.1.3.1 Pemilihan Media 19
III.1.4 Strategi Distribusi 20
III.2 Konsep Visual 21
III.2.1 Format Desain 21
III.2.2 Tata Letak (Layout) 22
III.2.3 Tipografi 22
III.2.4 Fotografi 23
III.2.5 Warna 23

III.2.6 Logo Kampanye 25
III.2.6.1 Sistem Grid 26

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1 Pra Produksi 27
IV.2 Produksi 27
IV.2.1 Poster 28
IV.2.2 X-banner 31
IV.2.3 Spanduk 32
IV.2.4 Brosur 33
IV.2.5 Stiker 33
IV.2.6 Tiket Event 33
IV.2.7 Buku Catatan 34
IV.2.8 Jam Dinding 34
IV.2.9 T-Shirt 35

DAFTAR PUSTAKA 36

LAMPIRAN 37