DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR KETERANGAN EKSLUSIF ii

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1Latar Belakang Masalah 1

I.2 Identifikasi Masalah 3

I.3 Rumusan Masalah 3

I.4 Batasan Masalah 3

I.5 Tujuan Perancangan 4

BAB II CSR (*Corporate Social Responsibility*)Toyota 5

II.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) 5

II.1.1 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) 5

II.1.1.1 ManfaatBagi Perusahaan 5

II.1.1.2 ManfaatBagiMasyarakat 6

II.1.2 Jenis-JenisatauTipeBantuan Program CSR 7

II.2 Sejarah Toyota 8

II.2.1 Perkembangan Produk Toyota 10

II.2.2 Perkembangan Teknologi Toyota 11

II.2.3 Market Toyota Di Indonesia 13

II.3 FenomenaKendaraan Di Jalan 14

II.3.1 FenomenaKemacetan Di Jalan.....15

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL.....17

III.1 Strategi Perancangan 17

III.1.1 Pendekatan Komunikasi 18

III.1.2 Strategi Kreatif.....18

III.1.3 Strategi Media.....19

III.1.4 Strategi Distribusi 19

III.2 Konsep Visual.....20

III.2.1 Format Desain.....21

III.2.2 Tata Letak (*layout*).....21

III.2.3 Tipografi 22

III.2.4 Ilustrasi.....22

III.2.5 Warna.....23

III.2.6 Karakter 24

III.2.7 Lokasi.....24

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA 25

IV.1 Pra Produksi 25

IV.2 Teknik Produksi 26

IV.2.1 Media Utama 26

IV.2.2 Media Pendukung 27

IV.2.3 Media Kreatif 29

DAFTAR PUSTAKA 31

LAMPIRAN 32