DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ……..i
SURAT KETERANGAN PENYERAHAN HAK EKSKLUSIF ……..ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS……iii
KATA PENGANTAR……iv
ABSTRAK……..v
DAFTAR ISI ……..vii
DAFTAR GAMBAR ……x
DAFTAR TABEL ……..xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

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

BAB II KAMPANYE MENGENAI PERAN AYAH DALAM MEMPENGARUHI PERILAKU ANAK ……4
II. 1 Peran Ayah …….4
II.1.1 Pengertian Peran Ayah (*fathering*) ……4
II.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Peran Ayah ……...5
II.1.3 Peran Ayah dalam Keluarga ……..7
II. 2 Kurangnya Perhatian Ayah dalam Pengasuhan……..…11
II. 3 Hilangnya Figur Seorang Ayah dan Dampaknya Terhadap Anak…..…12
II. 4 Tanggung Jawab Ayah……..12
II. 5 Perilaku Anak……13
II.5.1 Ego Anak …….15
II. 6 Pengertian Kampanye ……15
II.6.1 Jenis – jenis Kampanye……15

II.6.2 Manfaat Kampanye……..16
II. 7 Analisa Permasalahan……17
II.7.1 Analisa SWOT ……17
II.7.2 Kesimpulan ……17
II. 8 Dampak Masalah……18
II. 9 Penyelesaian Masalah……18
II. 10 Solusi ……18
II. 11 *Booklet* 18
II. 12Segmentasi ……..19
II.12.1 Geografis……19
II.12.2 Demografis ……19
II.12.3 Psikografis ……20

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL……21
III.1 StrategiPerancangan ……21
III.1.1 Pendekatan Komunikasi……21
III.1.2 Strategi Kreatif……..22
III.1.3 Tahapan Kampanye……...23
III.1.4 Strategi Media ……23
III.1.5 Strategi Distribusi ……26
III. 2 Logo Kampanye ……..28
III.2.1 Konsep Desain Logo Kampanye ……..28
III.2.2 Desain Logo Kampanye……29
III. 3 Konsep Visual Media ……..30
III.3.1 Format Desain ……....30
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) ……..31
III.3.3 Studi Tipografi ……32
III.3.4 Warna……33

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA……..…..34
IV.1 *Booklet*……34
IV.2 Poster……35

IV.3 *Display Booklet*……37
IV.4 *Standing* Karakter ……38
IV.5 *Mini X -Banner* ……..39
IV.6 Tabloid……..39
IV.7 Iklan TV (*Storyboard)*……40
IV.8 Media *Online* ……42
IV.9 Media *Gimmick* ……42

DAFTAR PUSTAKA ……44
LAMPIRAN……46