DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRCT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x

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

BAB II PEMBAHASAN DAN SOLUSI MASALAH PRAMUKA PENEGAK
II.1 Landasan Teori 5
II.1.1 Komunikasi Persuasif 5
II.1.2 Kampanye……..... 6
II.1.2.1 Manfaat Kampanye……... 6
II.1.2.2 Macam-Macam Kampanye…… 6
II.1.2.3 Aspek-Aspek Kampanye……. 6
II.1.3 Pendidikan Karakter 7
II.1.4 Bentuk-Bentuk Karakter……..…… 8
II.1.5 Kegiatan Ekstrakurikuler……..……...…… 8
II.1.5.1 Fungsi Kegiatan Ekstrakurikuler …….…… 9
II.1.5.2 Jenis Kegiatan Ekstrakurikuler ……..……..... 9
II.2 Gerakan Pramuka……... 10

II.2.1 Sejarah Pramuka……..... 10
II.2.2 Fungsi Pramuka……..... 11
II.2.3 *Dasa Darma* Pramuka……..... 12
II.2.4 Jenjang Pendidikan Pramuka……..... 13
II.2.5 Satuan Karya Pramuka……..... 15

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan…… 24
III.1.1 Tujuan Komunikasi……... 24
III.1.2 Pendekatan Komunikasi…… 24
III.1.3 Materi Pesan……..... 24
III.1.4 Gaya Bahasa……..... 25
III.1.5 Khalayak sasaran perancangan…… . 25
III.1.5.1 *Consumer Insight*……..... 26
III.1.5.2 *Consumer Journey*…… 26
III.1.6 Streategi Kreatif……..... 27
III.1.7 Streategi Media…… 29
III.1.8 Streategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media…… .. 36
III.2.Streategi Perancangan……..... 37
III.2.1.Format Desain……..... 37
III.2.2.Tata Letak……..... 38
III.2.3.Huruf…… 39
III.2.4.Ilustrasi……..... 40
III.2.5.Warna…… 44
III.2.6.Audio……..... 46

BAB IV KONSEP TEKNIS PRODUKSI DAN MEDIA
IV.1 Media Utama……..... 47
IV.1.1 Perangkat Produksi…… 48
IV.1.2 Teknis Poduksi……..... 49
IV.2 Media Pendukung…… 54

DAFTAR PUSTAKA..... 56
LAMPIRAN..... 57