

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PEDIDIKAN POLITIK
PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH
KABUPATEN KULON PROGO**



KARYA DESAIN

Harjiyanto

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PEDIDIKAN POLITIK
PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH
KABUPATEN KULON PROGO**



KARYA DESAIN

Harjiyanto

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PEDIDIKAN POLITIK
PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH
KABUPATEN KULON PROGO**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3143/H/S/2009
KLAS	
TERIMA	15-9-2009
	T.D.



KARYA DESAIN

oleh :

Harjiyanto

9810990023

**TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA SEBAGAI
SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA DALAM BIDANG
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
2006**

Tugas Akhir ini telah diterima oleh Tim Penguji
Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Pada tanggal 10 Agustus 2006

Pembimbing I / Anggota



Drs. I T. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.
NIP. 131996634

Pembimbing II / Anggota



Hesti Rahayu, S.Sn.
NIP. 132206674

Cognate / Anggota



Drs. Asnar Zacky
NIP. 131474338

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual / Anggota



Drs. Lasman M.Sn
NIP. 131773135

Ketua Jurusan Desain / Ketua



Drs. A. Hendro Purwoko
NIP. 131284654

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sukarman
NIP. 130521245



Kata pengantar

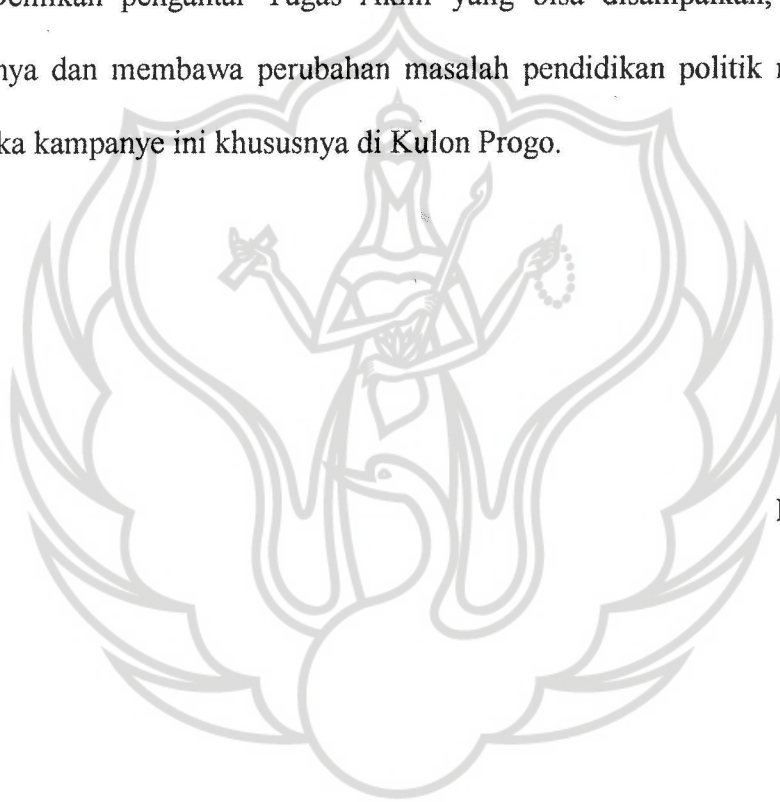
Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa, karena limpahan rahmat-Nya penyusun dapat menyelesaikan karya Tugas Akhir. Sebuah tugas yang harus dilalui semua mahasiswa di lingkungan institusi perguruan tinggi. Begitu juga di Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dalam tugas akhir ini penyusun mencoba mengangkat isu-isu pendidikan politik menjelang pemilihan kepala daerah di Kabupaten Kulon Progo sebagai ide dasar. Perancangan Desain komunikasi visual kampanye pendidikan politik pada pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kulon Progo, adalah judul yang diangkat dalam perancangan ini. Tema pendidikan politik dalam menghadapi Pilkada di Kulon Progo ini sengaja dijadikan perancangan tugas akhir karena beberapa hal. Diantaranya rasa keprihatinan masalah rendahnya pendidikan politik di masyarakat Kulon Progo. Hal ini bisa terlihat ketika saat-saat adanya pesta demokrasi diselenggarakan. Utamanya masyarakat kalangan bawah. Mereka ternyata sangat dengan mudah terpengaruh dengan gaya dan strategi kampanye politik calon-calon pemimpin.

Yang lebih mengerikan lagi apabila ada praktek *money politik* pada saat pemilihan tiba. Hal ini mungkin sudah bukan rahasia lagi. Tetapi adalah hal yang sangat disayangkan. Karena akibat politik uang tersebut hal yang ada adalah kecurangan politik. Mobilisasi masa pun pasti terjadi. Dampak dari hal diatas adalah pemasungan hak-hak politik rakyat yang seharusnya bisa menyalurkan aspirasi politiknya secara bebas, justru sebaliknya

Belajar dari keadaan di masyarakat tersebut maka penyusun menjadi tertarik untuk mengkampanyekan pendidikan politik, agar aspirasi politik berjalan semestinya hingga mereka tidak mudah merelakan hak suaranya untuk dibajak oleh oknum politik. Lebih menarik lagi kampanye ini bertepatan dengan pemilihan kepala daerah di Kulon Progo bulan Juni 2006, sehingga menjadi *moment* yang amat bagus.

Demikian pengantar Tugas Akhir yang bisa disampaikan, semoga ada manfaatnya dan membawa perubahan masalah pendidikan politik menuju lebih baik paska kampanye ini khususnya di Kulon Progo.



Penyusun

UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan Tugas akhir ini dengan lancar. Tidak lupa rasa terimakasih yang setinggi-tingginya saya sampaikan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang sabar dan penuh pengorbanan dalam bentuk moral dan material yang tak ternilai harganya selama ini.
2. Prof. DR I Made Bandem selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Drs. Sukarman selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Drs. A. Hendro Purwoko selaku Ketua Jurusan Desain.
5. Drs. Lasiman M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Drs.IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn. selaku Pembimbing I. Terima kasih atas segala bimbingan, waktunya serta ilmu-ilmu yang diberikan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Hesti Rahayu, S.Sn. selaku Pembimbing II. Terima kasih atas segala bimbingan, saran, dan hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Drs. Asnar Zacky selaku Cognate. Terima kasih segala masukannya dalam revisi Tugas Akhir.
9. Hesti Rahayu S.Sn. selaku Dosen Wali. Terima kasih atas segala sumbargsihnya selama penulis menjadi mahasiswa.

10. Segenap Dosen, Mahasiswa dan Karyawan di Program Studi Desain Komunikasi Visual.
11. Komisi pemilihan Umum Daerah Kabupaten Kulon Progo yang telah memberi kemudahan dalam mencari data Tugas Akhir
12. Radio Rosala FM Wates Kulon Progo atas bantuan rekamannya.
13. Iwan Yudi (The IYP) atas segala pengorbanan dan bantuan dalam persahabatan.
14. Joko Santoso (JOS, KR) Fitri dan Eka dan semua teman-teman TA seperjuangan. Trimakasih jasa-jasanya.
15. Unang Napster atas bantuannya yang tak terhingga
16. Puput adik tersayangku atas susah payahnya dalam membantu
17. Kedua kakakku (Mas Mar dan Mbak Nik) Anna, Sigit Lulut dan Dhimas. Terimakasih kalian adalah penyemangatku.
18. Anni (Anisha) terimakasih atas pendampingan dengan setia dan jiwa besarnya.
19. Teman-teman dan semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya dalam rangka menyelesaikan perancangan Tugas Akhir ini.



Tugas akhir saya persembahkan
“Untuk kedua orang tua saya tercinta”
Terimakasih yang tak terhingga
atas keprihatinanmu dalam membiayai kuliah saya.

Daftar isi

Sampul	
Halaman judul.....	ii
Halaman pengesahan	iii
Kata pengantar	iv
Ucapan terimakasih.....	vi
Halaman persembahan.....	viii
Daftar isi.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Perancangan.....	7
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat Perancangan.....	7
a. Manfat secara teoritis	7
b. Manfaat secara praktis	8
F. Metode Perancangan.....	8
a. Metode pengumpulan data.....	9
b. Metode analisis data.....	9
c. Metode konsep desain.....	9
d. Metode perancangan desain.....	9
G. Sistematika Perancangan	10

BAB II IDENTIFIKASI

A. Pengumpulan Data	13
a. Data Kabupaten Kulon Progo	13
b. Data tentang Pilkada di Kulon Progo.....	19
c. Gambaran umum situasi politik menjelang pemilu	31
d. Sekilas tentang pendidikan politik	36
e. Hambatan-hambatan	39
f. Usaha yang dilakukan	40
B. Analisis data.....	40
a. Analisis data	40
b. Kesimpulan analisis	43
c. Kesimpulan data	44
C. Penetapan-penetapan.....	46
a. Tujuan kampanye.....	46
b. Tujuan komunikasi.....	46

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Perencanaan media.....	48
a. Tujuan media	48
b. Strategi media	49
c. Program media	58
d. Biaya media	60
B. Perencanaan kreatif.....	62
a. Tujuan kreatif.....	62

b. Strategi kreatif.....	63
c. Program kreatif.....	64
d. Biaya kreatif.....	75
 BAB IV PERANCANGAN	
A. Prinsip dasar perancangan.....	82
a. The law of unity	82
b. The low of varienty	82
c. The low balance.	83
d. The law of rhythm.....	83
e. The low harmony	83
f. The low of proportion.....	83
g. The low of scale.....	84
B. Studi warna	86
C. Studi tipografi	88
D. Studi visual.....	91
E. Proses desain.....	93
a. Lay out	93
b. Alternatif desain (Komprehensif)	107
c. Final desain (Final Art Work).....	121
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	136
B. Saran	137
Daftar pustaka.....	138

Lampiran.....	139
Poster pameran.....	140
Katalog pameran	141
Lembar konsultasi bimbingan.....	142



BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Kulon Progo adalah wilayah Kabupaten yang merupakan bagian dari Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Sebagai masyarakat petani, mereka banyak yang berdomisili di daerah pedesaan atau pegunungan.

Sebentar lagi Kulon Progo akan mengadakan pemilihan bupati dan wakil bupati. Sebagai masyarakat yang berada di lapisan kelas bawah, mereka sangat kurang paham dengan masalah politik dan birokrasi kekuasaan. Pada waktu masyarakat mengadakan pesta demokrasi baik itu berupa pemilihan Kepala Negara (pemilihan Presiden dan wakil presiden 2004 yang lalu, pemilihan Kepala Daerah, atau pemilihan Kepala Desa/Lurah), masyarakat adalah aset bagi para kadindat., sebagai pemilih potensial yang mudah dipengaruhi. Kenyataan ini akan banyak terjadi di masyarakat lapisan bawah. Dengan penawaran berbagai program calon pemimpin tersebut mengampanyekan dirinya sendiri. Biasanya kampanye ini dibarengi dengan memberikan beberapa bantuan yang dibutuhkan masyarakat tersebut. Di surat-surat kabar pada saat pra pemilihan pemimpin, banyak yang memuat masalah keterlibatan kecurangan politik atau sering kita sebut dengan istilah *money politic*. Ini salah satu permasalahan yang sering muncul dan umum terjadi di masyarakat. Sayangnya, mereka para calon kadindat mengemas bentuk seperti

ini dengan sangat rapi dan baik. Sehingga terkesan bukan seperti *money politic*. Teknik berkampanye politik yang banyak terjadi di desa-desa adalah, bukan saja dengan bentuk membagi-bagikan uang secara langsung dengan sebutan *money politik*, tetapi bisa juga berupa barang, seperti bantuan material semen dan pasir untuk keperluan pembangunan jalan desa yang kondisinya telah rusak. Fenomena ini memang bagaikan lingkaran setan yang sulit dihilangkan. Mereka dari masing-masing pihak memang saling membutuhkan. Para calon pemimpin yang berkampanye mencari dukungan turun ke desa-desa dengan beberapa janji. Bahkan sebagai perangsang kadang mereka menurunkan bantuan berupa apa saja yang masyarakat tersebut butuhkan. Di sisi lain masyarakat yang miskin dan tertinggal dengan senang hati menyambut bantuan yang datang. Ini memang sangat dibutuhkan mereka dan hanya itu yang mereka dapatkan secara langsung. Karena daerah yang terisolir dan terpencil, masalah pembangunan kurang diperhatikan oleh pemerintah. Sehingga sudah wajar bila terjadi kecemburuan sosial di masyarakat terkait dengan perkembangan dan kemajuan desa.

Begitu pula di Kabupaten Kulon Progo yang sebagian besar wilayahnya adalah pedesaan, sangat rawan dengan hal tersebut di atas. Bulan Juni tahun 2006 tepatnya hari Minggu, tanggal 25, Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten Kulon Progo akan menyelenggarakan pemilihan kepala daerah. Perlu diwaspadai sejak dini, dengan adanya saling jegal dan main suap dari calon Bupati. Hal semacam ini sangat mungkin terjadi.

Memang mereka tidak gerak sendiri tetapi team suksesnya yang menjalankan semua rencananya. Langkah dan sepak terjang dari tim sukses ini yang akan menentukan suara yang didapatkan. Beberapa tim sukses akan menyusup ke desa-desa dengan penawaran program beberapa yang sangat baik dan menggiurkan, namun realisasinya sering dipertanyakan oleh masyarakat itu sendiri. Disetiap pertemuan Rukun Tetangga (RT) mereka datang mensosialisasikan calon bupati mereka dengan beberapa program yang berpihak pada masyarakat. Disisi lain masyarakat dengan melalui tokohnya bisanya menanggapi sosialisasi tersebut dengan mengajukan beberapa imbalan misalnya meminta bantuan semen untuk pengerasan jalan masuk desa yang masih becek ketika musim hujan datang. Di tempat arisan kelompok wanita mereka datang lagi dengan menawarkan program dan kesediaannya membantu seperangkat alat ketrampilan memasak modern yang tepat guna. Sementara para team sukses memperkenalkan calon pemimpin mereka dengan harapan masyarakat akan memilihnya. Tentu saja para team sukses dengan secara provokatif akan mempengaruhi masyarakat tersebut untuk memilih calon yang ditawarkannya melalui sosilisasi foto calon.

Hal di atas adalah beberapa gambaran, namun juga sebuah fenomena yang ada dan terjadi di masyarakat terutama masyarakat pedesaan. Mungkin ini sah-sah saja dan merupakan teknik berkampanye untuk mencari dukungan. Namun apakah pilihan mereka dari warga masyarakat sesuai dengan kata nuraninya? Atau, mereka merasa telah berhutang budi saja. Ini adalah sebagian kecil kasus yang ada di masyarakat. Kasus di atas terjadi karena

beberapa hal penyebabnya salah satunya kurang atau tidak tahunya masyarakat dengan pendidikan politik dan demokrasi. Sehingga mereka tidak sadar telah menjadi permainan politik itu sendiri. Ketidaktahuan masyarakat pada pendidikan politik menyebabkan proses pemilihan tidak terjadi secara demokratis sesuai pilihan hati nuraninya. Fenomena tersebut di atas membuka pikiran untuk peduli agar setidaknya dapat dikurangi porsinya atau jika mungkin dihilangkan terutama di lapisan masyarakat kelas bawah. Berangkat dari pemikiran ini, sosialisasi mengenai pendidikan politik untuk menghadapi Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) di Kabupaten Kulon Progo sangat perlu diadakan. Sehubungan dengan hal di atas peranan desain komunikasi visual dalam mendukung kampanye sosial untuk pendidikan politik tersebut sangat dibutuhkan. Karena di Kulon Progo kampanye semacam ini jarang terjadi, walaupun ada porsinya sedikit sekali dan dibarengi dengan semacam seminar atau lokakarya bertemakan pendidikan politik yang diadakan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Di samping itu karena rasa keprihatinan terhadap proses demokrasi di setiap pemilihan, yang jauh dari angan-angan dan cita-cita bersama. Ini adalah alasan pertama mengapa tema ini sengaja diangkat sebagai perancangan karya tugas akhir. Sedangkan alasan yang lain adalah karena rasa peduli saja, sebagai warga lokal Kulon Progo berusaha membangun dan mengingatkan masyarakat pemilih melalui desain komunikasi visual, agar tidak mudah termakan provokasi berbau politik untuk memilih calon yang tidak sesuai dengan pilihannya saat menjelang Pemilihan Kepala Daerah bulan Juni 2006. Di sisi lain karena faktor kedekatan lokasi

sehingga memudahkan dalam pengambilan data di samping efisiensi biaya. Adanya sebuah kesenjangan di masyarakat mengenai pemahaman pendidikan politik adalah sangat menarik sebagai bahan perancangan komunikasi visual apalagi bertepatan dengan waktu pemilihan Kepala Daerah dalam hal ini Bupati Kulon Progo.

Kondisi masyarakat pada masa-masa pemilihan umum baik pemilihan Kepala Negara maupun kepala kepala-kepala daerah adalah kondisi panas. Memanasnya kondisi perpolitikan ini disebabkan oleh faktor kompetisi politik. Selisih pendapat di masyarakat dari masa pendukung masing-masing calon adalah hal wajar terjadi. Karena mereka berambisi untuk mengantarkan calonnya sebagai *leader* di masyarakat tersebut. Didukung dengan keyakinan mereka, bahwa dialah calon pemimpinnya yang akan membawa masyarakat menuju hidup yang lebih sejahtera dan mapan. Sehingga dari situlah mereka akan mempertahankan pilihannya semaksimal mungkin menuju kursi kekuasaan.

Pertama di Kulon Progo, Bupati dan wakil Bupati sebagai kepala daerah kabupaten dipilih langsung oleh rakyat. Dalam rancangan tahapan pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA), akan dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 25 Juni 2006 serentak di setiap Tempat Pemungutan Suara (TPS). Tidak repot memilihnya, sama dengan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Juli 2004 lalu.

Pilkada tidak sekedar ritual masuk bilik dan mencoblos tanda gambar, melainkan saat paling penting menentukan apakah lima tahun kedepan kita

tambah sejahtera atau tidak. "Yakinlah bahwa memilih pemimpin wajib dan dipertanggung jawabkan di hadapan masyarakat dan Tuhan Yang Maha Esa.")¹ Ada trilyunan rupiah anggaran Pemerintah Kabupaten Kulon Progo (PEMKAB) selama kurun waktu lima tahun. Kalau baik mengelolanya, sejahteralah kita demikian sebaliknya. Sehingga menggunakan memilih dalam konteks PILKADA ini adalah hak asasi setiap warga.

"Sangat mungkin ada yang memberikan semen, aspal, rupiah dan hal-hal lain agar kita memilihnya. Pilihlah sesuai hati nurani karena hari esok ada ditangan kita.")². Dari permasalahan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa masa-masa pilkada adalah masa rawan terhadap situasi politikan. Tidak jarang mereka dalam memilih tidak dari hati nuraninya. Ini disebabkan karena pemahaman terhadap pendidikan politik masyarakat sangat rendah. Kondisi dan realitas di masyarakat seperti ini adalah sangat memperihatinkan. Dari kesenjangan tersebut, perlu sekali sosialisasi dan kampanye tentang pendidikan politik bagi masyarakat Kulon Progo untuk menyambut Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kulon Progo Juni 2006. Kampanye tesebut berupa perancangan komunikasi visual untuk sosialisasi pendidikan politik. Sistem Pemilihan Kepala Daerah di Kulon Progo yang demokratis jujur, tak ada tekanan dari pihak manapun dan transparan adalah harapan setiap warga masyarakat. Apakah semua ini bisa terwujud?

¹ Brosur *Pilih Langsung Bupati/Wakil Bupati Kabupaten Kulon Progo*, Komisi Pemilihan Umum Daerah Kabupaten Kulon Progo.

² *Ibid*

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain komunikasi visual yang kreatif, komunikatif dan efektif dalam mendukung kampanye pendidikan politik di Kulon Progo, menghadapi Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) bulan juni 2006?

C. Tujuan Perancangan

Melakukan perancangan komunikasi visual mendukung kampanye pendidikan politik bagi masyarakat Kulon Progo, menghadapi pemilihan kepala daerah bulan Juni 2006 yang komunikatif, persuasif dan artistik.

D. Batasan Masalah Perancangan

Ruang lingkup perancangan adalah bentuk desain komunikasi visual dalam rangka mendukung kampanye pendidikan politik dalam menghadapi Pilkada di Kulon Progo bulan Juni tahun 2006 yang akan datang.

E. Manfaat Perancangan

Dalam perancangan komunikasi visual kampanye pendidikan politik ini ada dua macam manfaat yaitu, manfaat perancangan secara teoritis dan manfaat secara praktis.

a. Manfaat secara teoritis

Manfaat disain secara teoritis adalah memberikan pembelajaran kepada masyarakat dan audiens tentang pendidikan politik sehubungan

dengan kemerdekaan mereka dalam memberikan suara pada setiap pemilihan. Sebagai contoh *nyata* adalah pemilihan kepala daerah di Kulon Progo yang akan datang. Memilih bukan sekedar mengambil hak sebagai warga negara tetapi ada unsur tanggungjawab terhadap pilihan mereka. Hasil pilihan mereka akan berpengaruh banyak pada masa depan mereka sendiri secara pribadi dan masyarakat secara umum.

b. Mafaat secara praktis.

Secara praktis perancangan desain komunikasi visual ini akan secara langsung mempengaruhi secara persuasif, target audiens untuk melakukan pesan dalam desain. Pesan tersebut adalah berupa pesan moral kepada masyarakat untuk menanggapi pilkada sebagai sarana menyalurkan aspirasi politik mereka secara bebas dan merdeka, jujur, adil serta transparan sesuai dengan hati nurani mereka.

F. Metode Perancangan

Dalam perancangan iklan layanan masyarakat mengampanyekan pendidikan politik dalam menghadapi pemilihan kepala daerah Kabupaten Kulon Progo, melalui beberapa tahapan sebagai langkah perancangan. Tahapan dalam perancangan dilakukan agar hasil yang dicapai diharapkan mampu menngkomunikasikan pesan dalam desain kepada trget *audience*. Tahapan perancangan tersebut adalah :

a. Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dalam proses merancang komunikasi visual mendukung kampanye pendidikan politik menghadapi pemilihan kepala daerah kabupaten Kulon Progo adalah dari :

1. Literatur (buku, surat kabar dan tulisan yang berkaitan dan telah terpublikasikan)
2. Dari observasi lapangan berupa beberapa kasus di masyarakat mengenai gejolak politik pra pemilihan waktu-waktu sebelumnya di Kulon Progo. Sebagai contoh pemilihan Presiden dan Wakil presiden tahun 2004.

b. Metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang berfungsi sebagai tolak ukur kekuatan, kelemahan, kesempatan atau peluang dan ancaman yang dimiliki oleh obyek perancangan.

c. Metode konsep disain meliputi :

1. Perencanaan media.
2. Perencanaan kreatif.
3. Perencanaan tata visual (desain).

d. Metode perancangan desain.

1. Idea Lay Out
2. Alternatif desain (komprehensif)
3. Final desain (Final Art Work)

G. Sisematika Perancangan

Bab I. Pendahuluan

- A. Latar belakang
- B. Rumusan masalah
- C. Tujuan perancangan
- D. Manfaat Perancangan
- E. Batasan masalah perancangan
- F. Metode perancangan
- G. Sistematika perancangan

Bab II. Identifikasi

- A. Pengumpulan data
 - a. Data tentang Kabupaten Kulon Progo.
 - b. Data tentang Pilkada Kabupaten Kulon Progo
 - c. Masalah tentang situasi dan masalah politik
 - d. Hambatan-hambatan
 - e. Usaha yang perlu dilakukan
- B. Analisis data
- C. Penetapan-penetapan
 - a. Tujuan kampanye
 - b. Tujuan komunikasi
 - c. Strategi komunikasi

Bab III. Konsep Perancangan

- A. Perencanaan Media

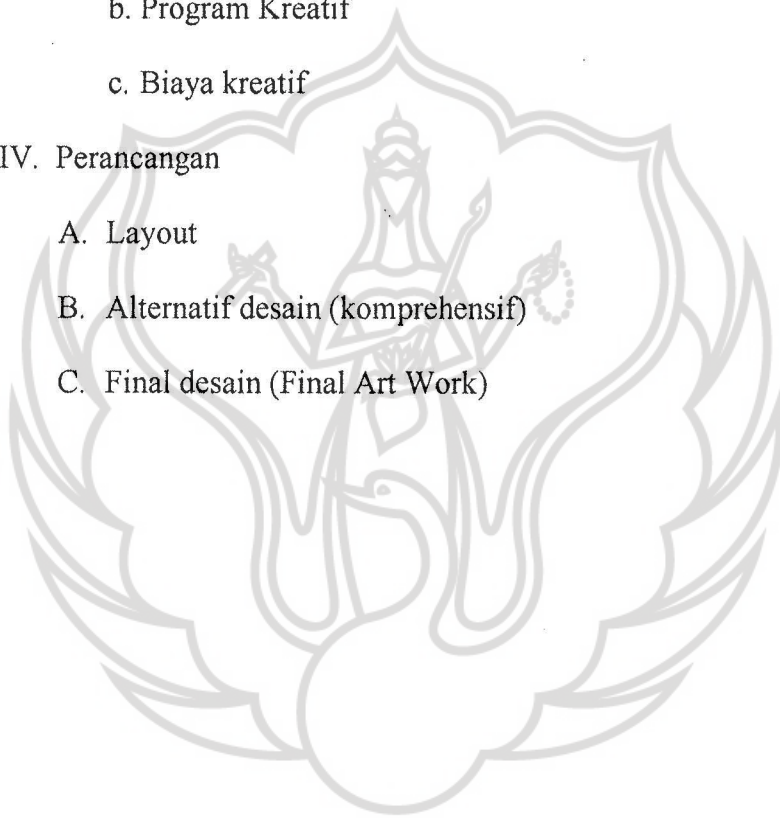
- a. Tujuan Media (Jangkauan, Frekuensi, Kesenambungan)
- b. Strategi Media (sasaran segmentasi). Jenis media
- c. Program media
- d. Biaya Media

B. Perencanaan Kreatif

- a. Tujuan Kreatif
- b. Program Kreatif
- c. Biaya kreatif

Bab IV. Perancangan

- A. Layout
- B. Alternatif desain (komprehensif)
- C. Final desain (Final Art Work)



Sikema Perancangan

