

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
KATA PENGHANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Perancangan	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Komunikasi	10
2.1.2 Komunikasi Dalam Istilah	10
2.2 Kampanye	11
2.2.1 Pengertian Kampanye	11
2.2.2 Sifat Dan Ciri Kampanye.....	11
2.2.3 Jenis Kampanye	12
2.2.4 Faktor-Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye	13

2.2.5	Faktor-Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye	14
2.2.6	Pesan Kampanye	14
2.2.7	Model Kampanye Ostergaard	15
2.2.8	Menggunakan Teori-Teori Persuasi Dalam Praktik Kampanye	17
2.3	Psikologi	18
2.3.1	Psikologi Dewasa Awal	18
2.4	Media	19
2.4.1	Media Kampanye	19
2.4.2	Pemilihan Media Kampanye	20
2.4.3	<i>Copywriting</i>	23
2.5	Perilaku Konsumen	24
2.5.1	Perlunya Mempelajari Perilaku Konsumen	24
2.5.1.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	25
2.5.1.2	Kebutuhan Dan Tujuan Dalam Konteks Prilaku Konsumen	28
2.5.2	Iklan	29
2.5.2.1	Tujuan Iklan	29
2.5.2.2	Tujuan Umum	30
2.5.2.3	Tujuan Praktis	30
2.5.3	Jenis-Jenis Iklan	31
2.5.3.1	Berdasarkan Fungsi	31
2.5.3.2	Berdasarkan Media	33
2.6	Perancangan	
2.6.1	Analisis SWOT	34
2.6.2	Desain Komunikasi Visual	34
2.6.2.1	Unsur-unsur Desain	35
2.6.2.1.1	Titik	35
2.6.2.1.2	Garis	35
2.6.2.1.3	Bidang	35
2.6.2.1.4	Ruang	35
2.6.2.1.5	Warna	36
2.6.2.1.6	Ilustrasi	38

2.6.3.1.7 Tipografi.....	38
2.6.4.1.8 Logo	39
2.6.4.1.9 Layout	40
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	42
3.1 Data.....	42
3.1.1 Data Instansi Pemberi Proyek	42
3.1.2 Data Objek	43
3.1.2.1 Obesitas	43
3.1.2.2 Faktor Penyebab	43
3.1.2.3 Akibat Obesitas	43
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	49
3.1.4 Pola Hidup Sehat.....	51
3.1.5 Diet Kalori Sangat Rendah.....	52
3.1.5.1 Morning Banana Diet	52
3.1.6 Data Proyek Sejenis	54
3.1.6.1 Hasil Analisis Proyek Sejenis.....	59
3.1.7 Data Hasil Wawancara	60
3.2 Analisis Data.....	62
3.2.1 Analisis SWOT	62
3.2.2 Analisis Matriks SWOT	64
3.2.3 Analisis Perbandingan.....	67
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	73
4.1 Konsep.....	73
4.1.1 Konsep Pesan	73
4.1.2 Konsep Kreatif	73
4.1.2.1 Visual Target Audiens dan Indikator	76
4.1.2.2 <i>Consumer Journey</i>	77
4.1.2.3 <i>Crative Brief</i>	77
4.1.3 Konsep Media	80
4.1.4 Konsep Visual	83
4.1.5 Sketsa Visual	87

4.2 Hasil Perancangan	88
4.2.1 Logo	88
4.2.2 Layout Aplikasi	88
4.2.3 Poster	100
4.2.4 <i>Xbanner</i>	100
4.2.5 <i>Print Ad</i>	101
4.2.6 Iklan Radio	102
4.2.7 <i>Ambient Media</i>	103
4.2.8 <i>Web Banner</i>	103
4.2.9 Halte Bus	104
4.2.10 <i>Merchandise</i>	104
4.2.11 Sosial Media	105
4.2.12 <i>Mini Xbanner</i>	105
4.2.13 Keychain	106
BAB V PENUTUP.....	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN.....	xv