

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRAKCT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN DAN TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Masalah.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.4.1 Tujuan Khusus	5
1.4.2 Tujuan Umum.....	6
1.5 Manfaat Perancangan.....	6
1.5.1 Bagi Masyarakat Umum.....	6
1.5.2 Bagi Akademis.....	6
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi	6
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode Yang Digunakan	6
1.6.2 Cara Pengumpulan Data	7
1.6.3 Metode Analisis Data	7
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kampanye	10
2.1.1 Tujuan Kampanye	10

2.1.2 Jenis Kampanye	11
2.1.3 Model Kampanye	11
2.1.4 Persuasi Kampanye	13
2.1.5 Pelaku Kampanye.....	14
2.1.6 Pesan Kampanye	15
2.1.7 Saluran Kampanye	16
2.1.8 Khalayak Sasaran Kampanye.....	19
2.2 Penyuluhan	20
2.3 Desain Komunikasi Visual	21
2.3.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	21
2.3.2 Prinsip Desain Komunikasi Visal	22
2.3.3 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	23
2.3.4 Logo	24
2.3.5 Tipografi.....	24
2.3.6 Warna	27
2.3.7 Makna Warna	29
2.3.8 Ilustrasi.....	30
2.3.9 Media.....	30
2.4 Analisis SWOT	31
2.5 Analisis AIDCA.....	31
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Dinas Kesehatan Kota Bandung	32
3.1.1 Visi dan Misi Dinas Kesehatan Kota Bandung.....	32
3.2 Puskesmas	33
3.2.1 Kelas Ibu Hamil.....	33
3.3 Yayasan Jantung Indonesia.....	34
3.3.1 Visi dan Misi Yayasan Jantung Indonesia	35
3.4 Program Sejenis	35
3.4.1 Program Perencanaan Persalinan Dan Pencegahan Komplikasi (P4K)	35
3.4.2 Gerakan Sayang Ibu.....	36
3.5 Data Penelitian.....	37

3.5.1 Kehamilan	37
3.5.2 Resiko Preeklamsi	39
3.5.3 Perubahan Emosi pada Trimester Pertama	40
3.6 Data Observasi	40
3.7 Data Wawancara	47
3.7.1 Hasil Wawancara Dinas Kesehatan	47
3.7.2 Hasil Wawancara Dokter Kandungan	47
3.7.3 Hasil Wawancara Bidan	48
3.7.4 Hasil Wawancara Wanita Hamil	48
3.8 Data Khalayak Sasaran	49
3.9 Data Analisis SWOT	50
3.10 Analisis Permasalahan Terhadap Data dan Fakta	52
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep Perancangan	54
4.1.1 Konsep Pesan	54
4.1.2 Konsep Kreatif	54
4.1.3 Konsep Visual	55
4.1.4 Konsep Media	56
4.2 Hasil Perancangan	58
4.2.1 Logo Kampanye	58
4.2.2 Media Utama Video	59
4.2.3 Media Pendukung	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84