

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Perancangan	6
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Sistematika Penulisan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Virus.....	10
2.1.1.1 Struktur Virus.....	11
2.1.1.2 Ukuran Virus	11
2.1.1.3 Perkembangbiakan Virus.....	11
2.1.1.4 <i>Togaviridae</i>	11
2.1.1.5 <i>Flavivirus</i>	12

1.1.1.6 Virus Zika.....	12
2.1.2 Kampanye	18
2.1.3 Jenis-jenis Kampanye	18
2.1.4 Sifat dan Ciri Kampanye.....	19
2.1.5 Unsur-unsur Pokok Pada Kampanye.....	20
2.1.6 faktor-faktor Penghambat Kampanye	20
2.1.7 Model Kampanye Nowak dan Warneryd.....	21
2.1.8 Strategi Komunikasi	22
2.1.8.1 Pengertian Komunikasi	22
2.1.8.2 Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Sosial.....	23
2.1.8.3 Persuasi Dalam Komunikasi.....	24
2.1.9 Media.....	24
2.1.9.1 Media Kampanye	25
2.1.9.2 Pemilihan Media Kampanye.....	25
2.1.10 Psikologi Target Audience	26
2.1.10.1 Perubahan Minat Pada Masa Dewasa Dini	28
2.1.11 Desain Komunikasi Visual.....	29
2.1.11.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	29
2.1.11.2 Prinsip-prinsip Desain	33
2.1.12 Tipografi.....	35
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	36
3.1 Data	36
3.1.1 WHO.....	36
3.1.3 Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan.....	37
3.1.3 Data Virus Zika (WHO).....	38
3.1.4 Data Hasil Wawancara	41
3.1.5 Upaya Pemerintah	43
3.1.6 Media yang Sudah Ada	44
3.2 Analisis	44

3.2.1	<i>Analisis Target Audience</i>	44
3.2.2	<i>Analisis Situasi (Sebab-Akibat)</i>	47
3.2.3	<i>Analisis Model Kampanye Nowak dan Warneryd</i>	48
3.2.4	<i>Analisis Kampanye Sejenis</i>	50
3.2.5	<i>Hasil Analisis</i>	52
3.2.6	<i>Pesan Kampanye</i>	53
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		55
4.1	Konsep Perancangan	55
4.1.1	tujuan Komunikasi	55
4.1.2	Konsep Kreatif (pendekatan)	56
4.1.3	Konsep Komunikasi	57
4.1.4	Gaya Bahasa	58
4.1.5	Strategi Pesan	58
4.1.6	Strategi Kreatif	59
4.1.6.1	Visual Khalayak Sasaran dan Indikator	59
4.1.6.2	<i>Consumer Journey</i>	60
4.1.6.3	Creatif Breaf 7	62
4.2	Strategi Media	64
4.2.1	Media Yang Digunakan	65
4.2.2	Perancangan Media	65
4.3	Visualisasi Karya	67
4.3.1	Gaya	67
4.3.2	Bentuk	68
4.3.2	Warna	69
4.3.3	Tipografi	69
4.3.4	Komposisi	70
4.4	Hasil Perancangan	70
4.4.1	Logo Kampanye	70
4.4.2	Aplikasi	72

4.4.3	Games.....	73
4.4.4	Motion Graphic.....	73
4.4.5	Print Ad Poster.....	75
4.4.6	Print Ad Flyer.....	75
4.4.7	Print Ad Brosur.....	76
4.4.8	Gimmick.....	76
4.4.9	Ambient Media.....	77
4.4.10	X-banner.....	78
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		<u>80</u>
LAMPIRAN.....		82