

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRAC</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I</b> Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang.....	5
1.2 Permasalahan	
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	5
1.7.1 Metode Yang Digunakan.....	5
1.7.2 Metode Analisis.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Rencana Penelitian.....	9
1.9 Pembabakan.....	11
<b>BAB II</b> Dasar Pemikiran.....	12
2.1 Kampanye.....	12
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	12
2.1.2 Jenis Kampanye.....	12
2.1.3 Model Kampanye.....	13

2.1.4	Aspek-aspek perencanaan Kampanye.....	14
2.2	Komunikasi Massa.....	16
2.2.1	Pengertian Komunikasi Massa.....	16
2.2.2	Fungsi Komunikasi Massa.....	16
2.2.3	Media.....	17
2.2.4	New Media.....	18
2.2.5	Media Sosial.....	18
2.3	Advertising.....	19
2.3.1	Pengertian Advertising.....	19
2.3.2	Jenis-Jenis Advertising.....	19
2.3.3	<i>The Effects of Advertising</i> .....	21
2.3.4	AOI ( <i>Acticity, Opinion, Interest</i> ).....	23
2.3.5	Kelompok Media Periklanan.....	24
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	25
2.4.1	<i>Copywriting</i> .....	25
2.4.2	Warna.....	26
2.4.3	<i>Layout</i> .....	28
2.4.4	Tipografi.....	29
2.5	MP-ASI.....	31
2.5.1	Panduan Frekuensi Pemberian MP-ASI.....	33
2.5.2	Jenis Makanan MP-ASI.....	34
2.6	Obesitas Pada Bayi.....	36
2.6.1	Definisi dan Penyebab Obesitas.....	36
2.7	BLW ( <i>Baby-Led Weaning</i> ).....	37
2.7.1	Perbedaan BLW dengan <i>Spoon-Feeding</i> .....	39
2.7.2	Manfaat yang didapat dari BLW.....	41

<b>BAB III Data dan Analisis Masalah</b> .....	<b>45</b>
<b>3.1 Data Pemberi Proyek</b> .....	<b>45</b>
<b>3.1.1 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia</b> .....	<b>45</b>
<b>3.1.2 Visi dan Misi</b> .....	<b>46</b>
<b>3.1.3 Nilai-Nilai</b> .....	<b>47</b>
<b>3.1.4 Struktur Organisasi</b> .....	<b>48</b>
<b>3.1.5 Tujuan</b> .....	<b>48</b>
<b>3.2 Komunitas Cerita BLW</b> .....	<b>49</b>
<b>3.3 Data Obesitas pada Bayi</b> .....	<b>50</b>
<b>3.3.1 Faktor Penyebab Obesitas pada Bayi</b> .....	<b>52</b>
<b>3.4 Data Target Sasaran</b> .....	<b>53</b>
<b>3.5 Data Kampanye Sejenis</b> .....	<b>56</b>
<b>3.5.1 Kampanye Milna “1<sup>st</sup> bite day”</b> .....	<b>57</b>
<b>3.5.2 Pekan Asi Sedunia 2014</b> .....	<b>59</b>
<b>3.6 Data Empirik</b> .....	<b>60</b>
<b>3.6.1 Data Hasil Observasi</b> .....	<b>60</b>
<b>3.6.2 Data Wawancara</b> .....	<b>61</b>
<b>3.6.2.1 Wawancara dengan Dokter Anak</b> .....	<b>60</b>
<b>3.6.2.2 Wawancara dengan</b> <b>Komunitas “Cerita BLW”</b> .....	<b>62</b>
<b>3.6.2.2 Wawancara dengan <i>Target Audience</i></b> .....	<b>63</b>
<b>3.7. Analisis</b> .....	<b>64</b>
<b>3.7.1. Metode Analisis Kampanye Sejenis</b> .....	<b>64</b>
<b>BAB IV Konsep Dan Hasil Perancangan</b> .....	<b>68</b>
<b>4.1 Konsep Perancangan</b> .....	<b>68</b>
<b>4.1.1 Tujuan Komunikasi</b> .....	<b>68</b>
<b>4.1.2 Pendekatan Komunikasi</b> .....	<b>68</b>
<b>4.1.3 Strategi Pesan</b> .....	<b>69</b>
<b>4.1.4 Strategi Kreatif</b> .....	<b>70</b>
<b>4.1.4.1 Visual Khalayak Sasara serta Indikator</b> .....	<b>72</b>

4.1.4.2 <i>Creative Brief</i> .....	72
4.1.5 Strategi Utama.....	73
4.1.5.1 Media Utama.....	74
4.1.5.2 Media Pendukung.....	75
4.1.6 Strategi Visual.....	77
4.1.6.1 Konsep Visual.....	77
4.1.6.2 Gaya Visual.....	78
4.2 Hasil Perancangan.....	79
4.2.1 Logo Kampanye.....	80
4.2.2 Ambient Media.....	80
4.2.3 Event.....	81
4.2.4 Poster Event.....	82
4.2.5 Sosial Media Post Viral.....	82
4.2.6 Poster.....	84
4.2.7 Website.....	85
4.2.8 Wobler.....	85
4.2.9 Merchandise.....	86
<b>BAB IV Konsep Dan Hasil Perancangan.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran atau Rekomendasi.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>