

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| LEMBAR JUDUL..... | i |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Permasalahan | 4 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Ruang Lingkup | 4 |
| 1.4 Tujuan Masalah | 5 |
| 1.5 Manfaat perancangan..... | 5 |
| 1.6 Metode Penelitian | 6 |
| 1.6.1 Metode yang Digunakan | 6 |
| 1.6.2 Metode Pengumpulan Data..... | 6 |
| 1.6.3 Metode Analisa | 6 |
| 1.7 Kerangka Perancangan..... | 7 |
| 1.8 Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB 2 LANDASAN PEMIKIRAN..... | 9 |
| 2.1 Kampanye | 9 |
| 2.1.1 Tujuan Kampanye..... | 9 |
| 2.1.2 Jenis Jenis Kampanye | 10 |
| 2.1.3 Pesan Kampanye | 10 |
| 2.1.4 Khalayak Sasaran Kampanye..... | 11 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.5 Model Kampanye | 11 |
| 2.2 Komunikasi | 13 |
| 2.2.1 Strategi Komunikas..... | 13 |
| 2.2.2 Persuasi Dalam Komunikasi..... | 13 |
| 2.3 Media..... | 14 |
| 2.3.1 Event | 14 |
| 2.4 Desain Komunikasi Visual | 16 |
| 2.4.1 Unsur Unsur Desain Visual | 16 |
| 2.5 Pneumonia..... | 18 |
| 2.6 Balita | 19 |
| BAB 3 DATA DAN ANALISIS..... | 20 |
| 3.1. Data Pemberi Proyek | 20 |
| 3.1.1 Dinas Kesehatan Kota Bandung..... | 20 |
| 3.1.2 Logo..... | 20 |
| 3.1.3 Visi, Misi | 20 |
| 3.1.4 Tugas | 21 |
| 3.1.5 Struktur Organisasi | 21 |
| 3.2 Data Pneumonia Pada Balita | 21 |
| 3.3 Data Khalayak Sasaran..... | 24 |
| 3.4 Data Kampanye Sejenis | 28 |
| 3.4.1 Kampanye A Fair Shot | 28 |
| 3.4.2 Kampanye Pneumonia Kemenkes..... | 30 |
| 3.5 Data Empirik..... | 30 |
| 3.5.1 Data Wawancara Ahli..... | 30 |
| 3.6 Analisis..... | 31 |
| 3.6.1 Metode Analisi Matriks Kampanye Sejenis..... | 31 |
| 3.7 Kesimpulan Analisis | 33 |
| BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN..... | 35 |
| 4.1 Konsep Perancangan | 35 |
| 4.1.1 Tujuan Komunikasi | 35 |
| 4.1.2 Pendekatan Komunikasi | 35 |
| 4.1.3 Strategi Pesan | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.4 Strategi Kreatif | 37 |
| 4.1.4.1 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator | 38 |
| 4.1.4.2 Creatif Brief | 39 |
| 4.1.5 Strategi Media | 40 |
| 4.1.5.1. Media Utama | 40 |
| 4.1.5.2 Media pendukung | 41 |
| 4.1.6 Strategi Visual | 43 |
| 4.1.6.1 Konsep Konsep Visual | 43 |
| 4.1.6.2 Gaya Visual | 43 |
| 4.2 Hasil Perancangan Kampanye | 46 |
| 4.2.1 Logo Kampanye | 46 |
| 4.2.2 Event | 47 |
| 4.2.3 Poster Persepsi | 48 |
| 4.2.4 Video | 49 |
| 4.2.5 Brosur..... | 49 |
| 4.2.6 Media Sosial Konten | 50 |
| 4.2.7 Merchandise | 51 |
| 4.2.8 Baliho | 52 |
| 4.2.9 Poster Event | 52 |
| 4.2.10 Flyer Event | 53 |
| 4.2.11 X banner | 54 |
| 4.2.12 Umbul Umbul | 55 |
| BAB 5 PENUTUP | 57 |
| 5.1 Kesimpulan | 57 |
| 5.2 Saran | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
| LAMPIRAN | 61 |