

Daftar Isi

| | |
|------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| Daftar Isi | viii |
| Daftar Gambar..... | xii |
| Daftar Bagan..... | xiv |
| BAB I..... | 1 |
| 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 | 5 |
| 1.4 Tujuan Perancangan | 5 |
| 1.5 Manfaat Perancangan | 5 |
| 1.6 Metode penelitian | 6 |
| 1.6.1 Metode yang Digunakan | 6 |
| 1.6.2 Metode Pengumpulan Data..... | 7 |
| 1.6.3 Metode Analisis | 7 |
| 1.7 Kerangka Perancangan..... | 8 |
| 1.8 Rencana Penelitian..... | 8 |
| 1.9 Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II..... | 11 |
| LANDASAN TEORI..... | 11 |

| | |
|---|----|
| 2.1. Kampanye | 11 |
| 2.1.1. Pengertian Kampanye..... | 11 |
| 2.1.2. Tujuan Kampanye | 11 |
| 2.1.3. Jenis Kampanye..... | 12 |
| 2.1.4. Model Kampanye | 13 |
| 2.1.5. Segmentasi Sasaran dan Identifikasi | 13 |
| 2.2. Media dalam Kampanye | 15 |
| 2.2.1. Pengertian Media..... | 15 |
| 2.2.2. Jenis-jenis Media..... | 15 |
| 2.2.3. Kelompok Media Periklanan..... | 16 |
| 2.2.4. Strategi Media | 17 |
| 2.3. Komunikasi..... | 22 |
| 2.3.1. Pengertian Komunikasi | 22 |
| 2.3.2. Strategi Komunikasi Kampanye..... | 23 |
| 2.3.3. Strategi Komunikasi | 23 |
| 2.3.4. Persuasi dalam Komunikasi | 25 |
| 2.4. New Media | 26 |
| 2.5. Data Objek..... | 27 |
| 2.5.1 Faktor Penyebab Anemia pada Kehamilan | 27 |
| 2.5.2 Gizi Seimbang Trimester..... | 28 |
| BAB III | 33 |
| DATA DAN ANALISIS MASALAH..... | 33 |
| 3.1 Dinas Kesehatan..... | 33 |
| 3.1.1 Visidan Misi | 34 |
| 3.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi | 35 |
| 3.1.3 Struktur Organisasi Dinas Kesehatan..... | 36 |
| 3.2 Data Anemia pada Ibu Hamil | 36 |

| | | |
|------------------------------------|--|----|
| 3.3 | Data Khalayak Sasaran | 40 |
| 3.3.1 | Perilaku Konsumen | 41 |
| 3.4 | Data Kampanye Sejenis..... | 43 |
| 3.4.1 | Analisis Matriks Kampanye Sejenis..... | 46 |
| 3.4.2 | Simpulan Matriks Kampanye Sejenis | 48 |
| 3.4.3 | Simpulan Analisis..... | 48 |
| 3.5 | Pesan..... | 49 |
| BAB IV | | 51 |
| KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN | | 51 |
| 4.1 | Konsep Perancangan | 51 |
| 4.1.1 | Strategi Pesan | 51 |
| 4.1.2 | Strategi Komunikasi..... | 51 |
| 4.1.3 | Strategi Kreatif..... | 52 |
| 4.1.4 | Creative Brief..... | 52 |
| 4.1.5 | Visual Khalayak Sasaran dan Consumer journey | 54 |
| 4.1.6 | Strategi Media | 58 |
| 4.1.7 | Media Utama | 63 |
| 4.1.8 | Konsep Visual | 64 |
| a. | Logo..... | 65 |
| b. | Warna..... | 66 |
| c. | Tipografi | 66 |
| 4.2 | Hasil Perancangan | 67 |
| a. | Poster Event..... | 67 |
| b. | Flyer..... | 68 |
| c. | x-Banner | 69 |
| d. | Billboard..... | 70 |
| e. | Instagram | 71 |

| | |
|----------------------|----|
| f. Event | 72 |
| g. merchandise | 72 |
| BAB V | 74 |
| PENUTUP | 74 |
| 5.1 Kesimpulan | 74 |
| 5.2 Saran | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| Studi Pustaka | 75 |
| LAMPIRAN | 77 |