

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
Kata Pengantar.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metodologi Penelitian.....	5
1.7.1 Metode yang Digunakan	5
1.7.2 Metode Pengumpulan Data	5
1.7.3 Metode Analisis	6
1.8 Kerangka Berpikir	7
1.9 Sistematika Penulisan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 Definisi Kampanye	9
2.1.1 Tujuan Dasar Kampanye.....	10
2.1.2 Strategi Komunikasi dalam Kampanye.....	11
2.1.3 Model Kampanye.....	11
2.2 Komunikasi	12
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	13
2.3 Media	14
2.3.1 New Media	14
2.3.2 Media Sosial.....	15
2.3.3 Media Kampanye	15
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	16
2.4.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	17
2.4.2 Unsur Visual	18

2.5	Prinsip Kerja Desain	22
2.6	Logo	23
2.7	Layout	24
2.8	Kesehatan.....	24
BAB III		25
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		25
3.1	Data Pemberi Proyek	25
3.1.1	PT AXA Financial Indonesia	25
3.1.2	Visi dan Misi AXA Indonesia.....	26
3.1.3	Struktur Organisasi	26
3.1.4	Nilai-Nilai Perusahaan	26
3.2	Data Asma.....	27
3.3	Data Empirik.....	28
3.3.1	Data Wawancara	28
3.3.2	Data Observasi	29
3.3.3	Data Kuesioner.....	30
3.3.4	Data Khalayak Sasaran	31
3.3.4.1	Demografis, Geografis, dan Psikografis.....	31
3.3.4.2	AOI	32
3.3.4.3	Insight	33
3.3.5	Data Sejenis.....	33
3.3.5.1	Analisis SWOT Kampanye Sejenis	34
3.3.5.2	Analisis Matriks Kampanye Sejenis	35
BAB IV		36
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		36
4.1	Konsep Perancangan.....	36
4.1.1	Kampanye Kesehatan.....	36
4.1.1.1	Strategi Kampanye.....	36
4.1.2	Tujuan Komunikasi.....	38
4.2	Strategi Komunikasi.....	37
4.2.1	Pendekatan Emosional	39
4.2.2	Pendekatan Rasional	39
4.2.3	Pendekatan Komunikasi.....	39
4.2.4	Gaya Bahasa.....	40

4.2.5	Konsep Pesan	40
4.2.6	Nama Kampanye.....	40
4.2.7	Tagline	41
4.2.8	<i>What To Say</i>	41
4.3	Perancangan	41
4.3.1	Strategi Kreatif.....	42
4.3.2	Konsep Kreatif	42
4.3.3	Strategi Media	43
4.3.4	Merchandise	45
4.4	Strategi Visual.....	46
4.4.1	Referensi Visual.....	46
4.4.2	Jenis Font	46
4.4.3	Warna.....	47
4.5	Hasil Perancangan.....	48
4.5.1	Logo Kampanye.....	48
4.5.2	Media Utama.....	48
4.5.3	Media Pendukung	50
4.5.4	Timeline Kampanye.....	53
BAB V		54
PENUTUP		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran atau Rekomendasi	54
DAFTAR PUSTAKA		55