

DAFTAR ISI

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.1.1 Kuesioner	6
1.5.1.2 Wawancara	6
1.5.1.3 Studi Pustaka	6
1.6 Kerangka Penelitian	8
1.7 Pembabakan	9
2.1 Teori Komunikasi	10
2.3 Teori Kampanye	10
2.3.1 Tujuan Kampanye	10
2.3.2 Jenis-Jenis Kampanye	11
2.3.3 Media Kampanye	12
2.4 Teori Promosi	12
2.5 Strategi Kreatif	13
2.6 Khalayak Sasaran	13
2.7 AOI	13
2.8 SWOT	14
2.9 AISAS	14
2.10 Desain Komunikasi Visual	15
2.11 Elemen-Elemen Dalam Desain	15
2.11.1 Warna	16
2.11.1.1 Dimensi Warna	16
2.11.2 Tipografi	17
2.11.3 Copywriting	17
2.11.4 Layout	18
3.1 Data	19
3.1.1 Data Instansi	19

3.1.1 Data Media Sosial Instansi	19
3.1.2 Data Permasalahan	20
3.1.3 Data Cawan Menstruasi	21
3.1.4 Data Khalayak sasaran	25
3.1.5 Data Wawancara	25
3.1.6 Data Kuesioner	29
3.2 Analisis	29
3.2.1 Analisis Data Wawancara	29
3.2.2 Analisis Data Kuesioner	30
3.2.3 Analisis Kompetitor	33
3.2.4 Analisis SWOT	35
3.2.5 Analisis AOI	35
3.2.6 AISAS	37
3.2.7 Analisis Kampanye Sejenis	38
3.2.7.1 Khalayak Sasaran	39
3.2.7.2 Permasalahan	39
4.1 Konsep perancangan	40
4.2 Konsep Pesan	40
4.3 Strategi Kreatif	40
4.4 Visual Target Audience dan Indikator	41
4.5 Creative Brief	41
Problem	41
Why Do We Advertise?	41
Who Are We Talking To?	41
Insight	42
What do we want them to think and/or do?	42
What to say?	42
Tone and Manner	43
4.6 Strategi Media	43
4.6.1 Media Utama	43
4.6.2 Media Pendukung	43
4.7 Strategi Visual	43
4.7.1 Gaya Visual	43
4.7.2 Tipografi	44
4.7.3 Warna	45
4.8 Hasil Perancangan	45
4.8.1 Logo Kampanye	45
4.8.2 Tagline Kampanye	45
4.8.3 Media Kampanye	46
4.8.3.1 Live Event (Seminar)	46

4.8.3.2 Social Media (Instagram)	47
4.8.3.3 Poster	49
4.8.3.4 X-Banner	50
4.8.3.5 Merchandise	51
5.1 Kesimpulan	53