

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	13
1.2 Permasalahan.....	14
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	14
1.2.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Ruang Lingkup.....	15
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Manfaat Perancangan .....	10
1.6 Metodologi Penelitian .....	16
1.6.1 Metode Yang Digunakan.....	16
1.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	17
1.6.3 Metode Analisis .....	18
1.7 Kerangka Penelitian .....	20
1.8 Pembabakan .....	21
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Stunting .....	22
2.2 Kampanye .....	22
2.2.1 Jenis-jenis Kampanye.....	23
2.2.2 Tujuan Kampanye.....	23
2.3 Pemasaran .....	24
2.3.1 Pengertian Pemasaran Non-profit.....	24
2.3.2 Efektivitas Iklan Kampanye .....	24
2.3.3 Strategi Kreatif Iklan Kampanye.....	24
2.23.4 Strategi Kreatif Pesan .....	25
2.4 Media .....	28
2.5 Target Audiens .....	28
2.5.1 AOI.....	29
2.6 Copy writing .....	29

2.7 DKV .....	30
2.7.1 Warna .....	31
2.7.2 Tipografi .....	32
2.7.3 Layout .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Data .....	35
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek .....	36
3.1.2 Data Stunting di Kab. Garut .....	37
3.1.3 Data Khalayak Sasaran .....	40
3.1.4 Data Permasalahan .....	43
3.1.5 Data Observasi.....	44
3.1.6 Data Wawancara.....	45
3.1.7 Data Kuesioner .....	50
3.1.8 Data Kampanye Sejenis.....	51
3.2 Analisis Data .....	53
3.2.1 Analisis Matriks SWOT .....	53
3.2.2 Analisis Matriks Perbandingan Media .....	56
3.2.3 Matriks Penarik kesimpulan .....	57
<b>BAB IV HASIL PERANCANGAN &amp; VISUAL</b>	
4.1 Strategi .....	59
4.1.1 Strategi Pesan .....	59
4.1.2 Strategi kreatif .....	61
4.1.3 Strategi Visual .....	64
4.2 Media .....	64
4.2.1 Strategi Media.....	64
4.2.2 Media Utama .....	65
4.2.3 Media Pendukung.....	66
4.3 Perencanaan dan Penempatan Media.....	69
4.3.2 Tim Line Media.....	71

4.3.2 Badgeting.....	72
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>