

## DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	1
ABSTRAK .....	II
ABSTRACT .....	IV
KATA PENGANTAR .....	V
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIII
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 .....	4
1. WHAT.....	4
2. WHO .....	4
1.4 TUJUAN PERANCANGAN .....	5
1.5 MANFAAT PERANCANGAN .....	5
1.6 METODE PENELITIAN .....	6
1.7 METODE ANALISIS .....	7
1.8 KERANGKA PENELITIAN.....	9
1.9 PEMBABAKAN .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 TEORI KOMUNIKASI .....	11
2.3.1 Fungsi Komunikasi .....	11
2.3.2 Strategi Komunikasi.....	11
2.2 TEORI KAMPANYE.....	12

2.2.1 Kampanye .....	12
2.2.2 Jenis Kampanye .....	12
2.2.3 Pendekatan Kampanye .....	13
2.4 TEORI PESAN .....	13
2.4.1 Pengertian Pesan .....	13
2.4.2 Tujuan Pesan .....	13
2.5 TEORI MEDIA .....	14
2.5.1 Media.....	14
2.5.2 Teori Strategi Media .....	14
2.5.3 Bentuk Media .....	15
2.6 TEORI PERIKLANAN.....	16
2.6.1 Iklan.....	16
2.6.2 Fungsi Iklan.....	16
2.6.3 Komponen Iklan.....	17
2.6.4 Daya Tarik Iklan .....	17
2.7 STRATEGI KREATIF .....	18
2.8 TEORI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL .....	18
2.8.1 Copywriting.....	19
2.8.2 Fotografi.....	19
2.8.3 Visual .....	19
2.8.4 Ilustrasi.....	20
2.8.5 Warna .....	20
2.8.6 Tipografi.....	20
2.8.7 Layout .....	21
2.9 KERANGKA TEORI.....	21
BAB III.....	22
DATA DAN ANALISIS.....	22
3.1 DATA.....	22
3.1.2 Data Lembaga .....	22
3.1.3 Sejarah Lembaga.....	22
3.1.4 Visi Misi Perusahaan.....	23

3.1.5 Struktur Organisasi.....	24
3.2 DATA SPONSOR .....	25
3.2.1 Data Perusahaan .....	25
3.3 DATA PERMASALAHAN .....	26
3.4 DATA EMPIRIK .....	29
3.4.1 Data Observasi .....	29
3.4.2 Data Wawancara Narasumber.....	30
A. Dokter Spesialis Kesehatan Kulit.....	30
3.4.3 Data Kuisisioner .....	31
3.5 DATA KHALAYAK SASAR.....	37
3.5.1 AOI.....	38
3.6 MATRIKS PENARIKAN KESIMPULAN.....	40
BAB IV .....	42
STRATEGI & HASIL PERANCANGAN .....	42
4.1 STRATEGI .....	42
4.1.1 Strategi Kampanye .....	42
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	43
4.1.3 Strategi Pesan .....	43
4.1.4 Strategi Kreatif.....	45
4.1.5 Strategi Visual.....	46
4.1.5 Strategi Media .....	48
4.2 HASIL PERANCANGAN.....	52
4.2.1 Attention.....	52
4.2.2. Interest.....	58
4.2.3 Search.....	60
4.2.4 Action.....	61
4.2.5 Share.....	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 KESIMPULAN .....	67
5.2 SARAN.....	67

DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN.....	70