

## DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PENGESAHAN</i> .....	1
<i>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</i> .....	2
<i>LEMBAR PERNYATAAN</i> .....	3
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	4
<i>ABSTRAKSI</i> .....	5
<i>ABSTRACT</i> .....	6
<i>DAFTAR ISI</i> .....	7
<i>DAFTAR TABEL</i> .....	10
<i>DAFTAR BAGAN</i> .....	11
<i>DAFTAR GAMBAR</i> .....	12
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i> .....	14
<i>BAB I PENDAHULUAN</i> .....	15
1.1 Latar Belakang .....	15
1.2 Identifikasi Masalah.....	17
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Ruang Lingkup .....	17
1.5 Tujuan Perancangan .....	18
1.6 Metode Penelitian .....	18
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	18
1.7 Kerangka Perancangan .....	20
1.8 Pembabakan .....	21
<i>BAB II LANDASAN TEORI</i> .....	22
2.1 Kampanye .....	22

2.1.1 Kampanye Sosial .....	22
2.1.2 Tujuan Kampanye .....	23
2.1.3 FACET Model Of Effects .....	23
<b>2.2 Teori Komunikasi .....</b>	<b>24</b>
2.2.1 Fungsi Komunikasi .....	24
<b>2.3 Consumer Behavior .....</b>	<b>25</b>
2.3.1 AIO .....	25
<b>2.4 Media .....</b>	<b>26</b>
2.4.1 Fungsi Media .....	26
2.4.2 Media Komunikasi .....	26
2.4.3 Strategi Media (AISAS) .....	27
<b>2.5 Copywriting .....</b>	<b>27</b>
<b>2.6 Desain Komunikasi Visual .....</b>	<b>28</b>
2.6.1 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual .....	28
<b>2.7 Kerangka Teori .....</b>	<b>41</b>
<b><i>BAB III DATA DAN ANALISIS DATA .....</i></b>	<b><i>42</i></b>
<b>3.1 Data Lembaga .....</b>	<b>42</b>
3.1.1 Perhimpunan Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin Indonesia (PERDOSKI) .....	42
3.1.2 Profil Perusahaan PT Paragon Technology and Innovation .....	44
3.1.3 Profil Brand Emina .....	46
<b>3.2 Data Objek .....</b>	<b>50</b>
<b>3.3 Data Empiris .....</b>	<b>51</b>
3.3.2 Data Wawancara .....	52
3.3.3 Data Kuesioner .....	54
<b>3.4 Data Khalayak Sasaran .....</b>	<b>55</b>
3.4.1 Segmentasi Demografis .....	55
3.4.2 Segmentasi Geografis .....	56
3.4.3 Segmentasi Psikografis .....	56
3.4.4 Activity, Interests, dan Opinion (AIO) .....	56
<b>3.5 Data Kampanye Sejenis .....</b>	<b>60</b>
3.5.1 Analisis Matriks .....	60

<b><i>BAB IV</i></b> .....	<b>62</b>
<b><i>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</i></b> .....	<b>62</b>
<b>4.1 Konsep Perancangan</b> .....	<b>62</b>
4.1.1 Konsep Kreatif.....	63
4.1.2 Konsep Pesan.....	63
4.1.3 Konsep Media.....	66
4.1.4 Timeline Media.....	69
4.1.5 Budgeting.....	69
4.1.4 Konsep Visual.....	70
<b>4.2 Hasil Perancangan</b> .....	<b>72</b>
4.2.1 Attention.....	72
4.2.2 Interests.....	74
4.2.3 Search.....	76
4.2.4 Action.....	78
4.2.5 Share.....	80
<b><i>BAB V</i></b> .....	<b>81</b>
<b><i>KESIMPULAN DAN SARAN</i></b> .....	<b>81</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>81</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>82</b>
<b><i>LAMPIRAN</i></b> .....	<b>84</b>