

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR MOTO DAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
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 Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	8
2.1 Pengertian Kampanye	8
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye	9
2.1.2 Pesan Kampanye	10
2.2 Teori Komunikasi.....	12
2.2.1 Pengertian Persuasi.....	13
2.2.2 Teori-Teori Persuasi	13
2.2.3 Teori <i>Marketing</i>	16

2.2.4	Teori SWOT	16
2.3	Teori Promosi Kesehatan	17
2.4	Target <i>Audience</i>	18
2.5	Teori AIDCA	19
2.6	Media.....	21
2.7	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	23
2.7.1	Tipografi.....	24
2.7.2	Warna	27
2.7.3	Ilustrasi	30
2.7.4	<i>Layout</i>	30
2.7.5	<i>Headline</i>	31
2.7.6	Bentuk	31
BAB III DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN		33
3.1	Data	33
3.1.1	Kopi.....	33
3.1.2	Diabetes.....	41
3.1.3	Data Institusi Pemberi Proyek.....	43
3.1.4	Data Perusahaan Pemberi Proyek.....	45
3.1.5	Data Proyek Sejenis.....	48
3.1.6	Data Produk.....	49
3.2	Analisis.....	49
3.2.1	Hasil Observasi.....	51
3.2.2	Hasil Wawancara.....	52
3.2.3	Hasil Kuesioner	53
3.2.4	Analisis SWOT	54
3.2.5	Analisis Media.....	55
3.2.6	Analisis Target <i>Audience</i>	56
3.2.7	Analisis Perbandingan Dengan Proyek Sejenis.....	57
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		59
4.1	Konsep Perancangan	59

4.1.1	Konsep Pesan	59
4.1.2	Konsep Kreatif	60
4.1.3	Konsep Media.....	62
4.1.3.1	Media Utama.....	62
4.1.3.2	Media Pendukung.....	62
4.1.3.3	<i>Timeline</i> Media.....	63
4.1.4	Konsep Visual	64
4.2	Hasil Perancangan.....	68
4.2.1	Media Utama	68
4.2.2	Media Pendukung.....	71
BAB V	PENUTUP	75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78