

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PERNYATAAN	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
ABSTRAK	<i>iv</i>
ABSTRACT	<i>v</i>
DAFTAR ISI	<i>vi</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xi</i>
DAFTAR TABEL	<i>xii</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode yang digunakan	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data.....	6
1.6.3 Analisis	6
1.7 Skema Perancangan	7

1.8 Sistematika Perancangan	8
BAB II TINJAUAN UMUM	9
2.1 Pengertian Bipolar	9
2.2 Karakteristik Gejala Mania	9
2.3 Karakteristik Gejala Depresi	9
2.4 Penyebab Gangguan Bipolar.....	9
2.5 Pengertian Mood/ Emosi.....	10
2.6 Pengertian Kampanye Sosial	11
2.7 Jenis Kampanye	11
2.8 Bauran Komunikasi Kampanye	11
2.9 Strategi Komunikasi dalam Kampanye.....	11
2.10 Komunikasi Efektif.....	12
2.11 Teori Logo	12
2.12 Karakteristik Logo	12
2.13 Teori Layout.....	13
2.14 Teori Warna	13
2.15 Strategi Media.....	13
2.16 <i>New Media</i> (Media Baru).....	14
2.17 Teori Remaja.....	14
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	15
3.1 Data Objek	15
3.1.1 Kota Bandung	15
3.1.2 Data Dinas Kesehatan Kota Bandung	16

3.1.3 Data Gangguan Emosi	17
3.1.4 Bipolar Care Indonesia.....	18
3.1.5 Program Bipolar Care Indonesia.....	19
3.2 Data Khalayak Sasaran	20
3.3 Data Hasil Wawancara.....	21
3.4 Hasil Observasi	23
3.5 Data Sejenis	24
3.5.1 <i>Say It Forward</i>	24
3.5.2 Solusi Remaja	25
3.6 Analisis Data Sejenis	26
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	29
4.1 Konsep Perancangan	29
4.1.1 Konsep Pesan	29
4.1.2 Strategi Media.....	30
4.1.3 Strategi komunikasi.....	30
4.2 Strategi Kreatif.....	31
4.3 Identitas Kampanye	31
4.4 Hasil Perancangan.....	33
BAB V PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN.....	40