

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Identifikasi dan segmentasi sasaran	15
Gambar 2.2. Warna Panas dan Warna Dingin	28
Gambar 2.3. Huruf <i>Roman</i>	31
Gambar 2.4. Huruf <i>Bodoni</i>	31
Gambar 2.5. Huruf <i>Egyptian</i>	31
Gambar 3.1. Logo BPOM Republik Indonesia.....	38
Gambar 3.2. Struktur Organisasi BPOM Bandung	42
Gambar 3.3. <i>Log Frame</i> BBPOM Bandung.....	42
Gambar 3.4. Keracunan.....	44
Gambar 3.5. Logo Kampanye K16HAKtP	52
Gambar 3.6. <i>Public Figure</i> yang ikut serta Kampanye K16HAKtP.....	54
Gambar 3.7. <i>Netizen</i> yang ikut serta kampanye K16HAKtP	54
Gambar 3.8. <i>Lovepink</i> Indonesia.....	55
Gambar 3.9. <i>Breasties App</i>	56
Gambar 3.10. <i>Pinky Promise</i>	57
Gambar 3.11. Proses Wawancara dengan pihak BPOM.....	58
Gambar 4.1. <i>Moodboard</i> khalayak sasaran.....	68
Gambar 4.2. Referensi Gaya Visual.....	74
Gambar 4.3. Referensi Tipografi <i>Century Gothics</i>	74
Gambar 4.4. Referensi Tipografi <i>Typo Grostek</i>	75
Gambar 4.5. Warna	75
Gambar 4.6. Studi Visual	76
Gambar 4.7. Studi Visual	76
Gambar 4.8. Logo Terpilih	77
Gambar 4.9. <i>3D Design Event</i>	79
Gambar 4.10. <i>Poster Event</i>	79
Gambar 4.11. <i>Social Media Event</i>	80
Gambar 4.12. Poster 1	81
Gambar 4.13. Poster Utama	82
Gambar 4.14. Video 1	83
Gambar 4.15. Video 2	83

Gambar 4.16. Video 3	84
Gambar 4.17. <i>Ambient Media</i>	84
Gambar 4.18. <i>Website</i>	85
Gambar 4.19. <i>Website</i>	86
Gambar 4.20. <i>Marchandise</i>	86