

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRAC</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang.....	5
1.2 Permasalahan	
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 Pengumpulan Data dan Analisis.....	5
1.7.1 Metode Yang Digunakan.....	5
1.7.2 Metode Analisis.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Rencana Penelitian.....	9
1.9 Pembabakan.....	11
BAB II Dasar Pemikiran.....	12
2.1 Kampanye.....	12
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	12
2.1.2 Jenis Kampanye.....	12
2.1.3 Model Kampanye.....	13

2.1.4	Aspek-aspek perencanaan Kampanye.....	14
2.2	Komunikasi Massa.....	16
2.2.1	Pengertian Komunikasi Massa.....	16
2.2.2	Fungsi Komunikasi Massa.....	16
2.2.3	Media.....	17
2.2.4	New Media.....	18
2.2.5	Media Sosial.....	18
2.3	Advertising.....	19
2.3.1	Pengertian Advertising.....	19
2.3.2	Jenis-Jenis Advertising.....	19
2.3.3	<i>The Effects of Advertising</i>	21
2.3.4	AOI (<i>Acticity, Opinion, Interest</i>).....	23
2.3.5	Kelompok Media Periklanan.....	24
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	25
2.4.1	<i>Copywriting</i>	25
2.4.2	Warna.....	26
2.4.3	<i>Layout</i>	28
2.4.4	Tipografi.....	29
2.5	MP-ASI.....	31
2.5.1	Panduan Frekuensi Pemberian MP-ASI.....	33
2.5.2	Jenis Makanan MP-ASI.....	34
2.6	Obesitas Pada Bayi.....	36
2.6.1	Definisi dan Penyebab Obesitas.....	36
2.7	BLW (<i>Baby-Led Weaning</i>).....	37
2.7.1	Perbedaan BLW dengan <i>Spoon-Feeding</i>	39
2.7.2	Manfaat yang didapat dari BLW.....	41

BAB III Data dan Analisis Masalah	45
3.1 Data Pemberi Proyek	45
3.1.1 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia	45
3.1.2 Visi dan Misi	46
3.1.3 Nilai-Nilai	47
3.1.4 Struktur Organisasi	48
3.1.5 Tujuan	48
3.2 Komunitas Cerita BLW	49
3.3 Data Obesitas pada Bayi	50
3.3.1 Faktor Penyebab Obesitas pada Bayi	52
3.4 Data Target Sasaran	53
3.5 Data Kampanye Sejenis	56
3.5.1 Kampanye Milna “1st bite day”	57
3.5.2 Pekan Asi Sedunia 2014	59
3.6 Data Empirik	60
3.6.1 Data Hasil Observasi	60
3.6.2 Data Wawancara	61
3.6.2.1 Wawancara dengan Dokter Anak	60
3.6.2.2 Wawancara dengan Komunitas “Cerita BLW”	62
3.6.2.2 Wawancara dengan <i>Target Audience</i>	63
3.7. Analisis	64
3.7.1. Metode Analisis Kampanye Sejenis	64
BAB IV Konsep Dan Hasil Perancangan	68
4.1 Konsep Perancangan	68
4.1.1 Tujuan Komunikasi	68
4.1.2 Pendekatan Komunikasi	68
4.1.3 Strategi Pesan	69
4.1.4 Strategi Kreatif	70
4.1.4.1 Visual Khalayak Sasara serta Indikator	72

4.1.4.2 <i>Creative Brief</i>	72
4.1.5 Strategi Utama.....	73
4.1.5.1 Media Utama.....	74
4.1.5.2 Media Pendukung.....	75
4.1.6 Strategi Visual.....	77
4.1.6.1 Konsep Visual.....	77
4.1.6.2 Gaya Visual.....	78
4.2 Hasil Perancangan.....	79
4.2.1 Logo Kampanye.....	80
4.2.2 Ambient Media.....	80
4.2.3 Event.....	81
4.2.4 Poster Event.....	82
4.2.5 Sosial Media Post Viral.....	82
4.2.6 Poster.....	84
4.2.7 Website.....	85
4.2.8 Wobler.....	85
4.2.9 Merchandise.....	86
BAB IV Konsep Dan Hasil Perancangan.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran atau Rekomendasi.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	91