

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSRTAK	iii
ABSTRACT	iv
Kata Pengantar	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	6
1.7 Metode Penelitian.....	7
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.7.2 Metode Analisis	8
1.8 Kerangka Perancangan.....	9
1.9 Pembabakan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Kampanye.....	11
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye	11
2.1.2 Persuasi : Landasan Praktik Kampanye.....	12
2.2 Teori Desain Komunikasi Visual	15
2.2.1 Tipografi	15
2.2.2 <i>Layout</i>	16
2.2.3 Warna.....	17

2.2.4	Bentuk.....	19
2.3	Periklanan	20
2.4	Strategi Komunikasi	21
2.5	Kesehatan	23
2.6	Vitamin D	23
2.7	Paparan Sinar Matahari	24
2.8	Penyakit Autoimun.....	25
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		26
3.1	Data Pemberi Proyek.....	26
3.2	Data Permasalahan	28
3.3	Data Wawancara.....	31
3.4	Data Kuesioner	34
3.5	Data Observasi.....	35
3.6	Data Khalayak Sasaran.....	35
3.7	Data Kampanye Sejenis.....	37
3.8	Analisis Kampanye Sejenis	39
BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN.....		41
4.1	Konsep Perancangan	41
4.1.1	Tujuan Komunikasi	41
4.1.2	Pendekatan Komunikasi	41
4.1.3	Strategi Pesan.....	41
4.1.4	Strategi Kreatif.....	42
4.1.4.1	Visual Khalayak Sasaran.....	44
4.1.4.2	<i>Creative Brief</i>	45
4.1.5	Strategi Media.....	47
4.1.5.1	Media Utama.....	47
4.1.5.2	Media Pendukung	48
4.1.5.3	<i>Timeline</i> Penyebaran Media.....	50
4.1.6	Strategi Visual	50
4.1.6.1	Konsep Visual	50
4.1.6.2	Gaya Visual.....	51
4.2	Hasil Perancangan	53
4.2.1	Logo.....	53
4.2.2	Maskot	54

4.2.3	Poster	54
4.2.4	Brosur, Flyer, Banner	57
4.2.5	<i>Ambient Media</i>	58
4.2.6	Video.....	59
4.2.7	Media Sosial	59
4.2.8	Twibbon.....	60
4.2.9	<i>Challenge</i>	61
4.2.10	<i>Merchandise</i>	61
BAB V PENUTUP DAN SARAN		63
5.1	Simpulan.....	63
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		64