

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	3
LEMBAR PERNYATAAN	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL.....	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang Masalah	15
1.2 Permasalahan	18
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Ruang Lingkup	18
1.4 Tujuan Perancangan	19
1.5. Manfaat Perancangan	19
1.6 Metode Penelitian.....	20
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	20
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	20
1.6.3 Metode Analisa	21
1.7 Kerangka Perancangan	22
1.8 Pembabakan.....	23
BAB II LANDASAN TEORI	24
2.1 Komunikasi	24
2.1.1 Fungsi Komunikasi.....	24
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	25
2.1.3 Komunikasi Persuasi	25
2.2 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	26
2.2.1 Fungsi Iklan	26
2.2.2 Periklanan dan Strategi Kreatif.....	27
2.3 Kampanye.....	28
2.3.1 Jenis Kampanye	28
2.3.2 Kampanye Sosial	29

2.3.3 Strategi Kampanye Sosial.....	29
2.3.4 Pesan Kampanye.....	29
2.4 Media.....	30
2.4.1 Tujuan Media.....	30
2.4.2 Kelompok Media Periklanan	31
2.4.3 Jenis-Jenis Media.....	32
2.4.4 Media Sosial	33
2.5 Desain Komunikasi Visual.....	33
2.5.1 Unsur-Unsur Desain	33
2.5.2 Prinsip Kerja Desain	35
2.5.3 Tipografi	37
2.5.4 Copywriting	39
2.5.6 Ilustrasi.....	39
2.5.7 Layout (Tata Letak)	40
2.5.8 Logo.....	41
2.5.9 Fotografi.....	41
2.5.10 Videografi	41
2.6 Event.....	41
2.7 Kerangka Teori.....	42
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	43
3.1 Data Lembaga.....	43
3.1.2 Sejarah Singkat Lembaga	43
3.1.3 Visi dan Misi Lembaga.....	44
3.1.4 Struktur Organisasi	45
3.2 Data Sponsor	46
3.2.1 Data Perusahaan.....	46
3.2.2 Visi dan Misi.....	46
3.3 Data Objek.....	47
3.3.1 Depresi pada Remaja	48
3.3.2 Gejala Depresi.....	48
3.3.3 Tingkatan Depresi.....	48
3.4 Data Khalayak Sasaran	49
3.4.1 Data Consumer Journey AOI (Activity Opinion Interest).....	50
3.4 Data Hasil Observasi	51

3.5 Data Wawancara.....	53
3.5.1 Wawancara Narasumber	53
3.5.2 Wawancara Penderita	56
3.5.3 Wawancara Frisian Flag	57
3.6 Data Kuesioner	58
3.7 Data Kampanye Lain	65
3.8 Hasil Analisis Observasi	71
3.9 Hasil Analisis Wawancara.....	72
3.9.1 Wawancara Psikolog.....	72
3.9.2 Wawancara Penderita	73
3.9.3 Wawancara Frisian Flag	74
3.10 Hasil Analisis Matriks Perbandingan Kampanye Sejenis	75
3.11 Penarikan Kesimpulan.....	78
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	82
4.1 Strategi.....	82
4.1.1 Konsep Kampanye	82
4.1.2 Strategi Komunikasi	82
4.1.3 Strategi Pesan.....	83
4.1.4 Strategi Kreatif.....	84
4.1.5 Strategi Visual.....	87
4.1.6 Strategi Media.....	90
4.2 Hasil Perancangan	94
4.2.1 Attention	94
4.2.2 Interest	100
4.2.3 Search.....	119
4.2.4 Action.....	121
4.2.5 <i>Share</i>	129
BAB V	133
KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1 Kesimpulan.....	133
5.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	134