

Daftar Isi

ABSTRAKSI	5
ABSTRACT.....	8
BAB I.....	9
PENDAHULUAN	9
1.1 Latar belakang masalah.....	9
1.2 Permasalahan.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Ruang Lingkup.....	10
1.4 Tujuan Perancangan	11
1.5 Manfaat Perancangan	11
1.6 Metodologi Perancangan	12
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	12
1.6.2 Metode Analisis.....	12
1.7 Kerangka Perancangan	13
1.8 Pembabakan.....	14
BAB II.....	15
LANDASAN PEMIKIRAN	15
2.1 Kampanye.....	15
2.1.1 Pengertian Kampanye	15
2.1.2 Jenis Kampanye	15
2.1.3 Pesan Kampanye	17
2.1.4 Strategi Dalam Kampanye	18
2.2 Stunting.....	19
2.2.1 Pengertian Stunting.....	19
2.2.2 Pengertian Stunted dan Severly Stunted dalam Stunting.....	20
2.2.3 Penyebab Terjadinya Stunting.....	20
2.2.4 Tanda Terjadinya Mengidap Stunting.....	21
2.2.5 Faktor Resiko Dampak Mengidap Stunting	22
2.2.6 Pencegahan Terhadap Stunting.....	23

2.3 Data khalayak Sasaran.....	24
2.3.1 Umur	24
2.3.2 Jenis Kelamin.....	24
2.3.3 Pendidikan.....	24
2.3.4 Perilaku Khalayak Sasaran	24
2.4 Komunikasi	25
2.4.1 Pengertian Komunikasi.....	25
2.4.2 Fungsi Komunikasi.....	26
2.5 Iklan.....	29
2.5.1 Pengertian Iklan	29
2.5.2 Fungsi Periklanan	29
2.5.3 Jenis - Jenis Periklanan	30
2.5.4 Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	31
2.6 Copywriting	32
2.6.1 Pengertian Copywriting.....	32
2.6.2 Jenis – Jenis Copywriting.....	32
2.7 Media	35
2.7.1 Pengertian Media.....	35
2.7.2 Jenis – Jenis Media	35
2.8 Desain Komunikasi Visual.....	36
2.8.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	36
2.8.2 Unsur – unsur Desain Komunikasi Visual	36
2.8.3 Logo.....	37
2.8.4 Infografis	38
BAB III.....	39
DATA DAN ANALISIS.....	39
3.1 Data Produk.....	39
3.2 Data Khalayak Sasaran	39
3.2.1 Demografis	39
3.2.2 Geografis	39
3.2.3 Psikografis.....	39
3.3 Data dan Analisis Proyek Sejenis.....	40
3.3.1 Data Proyek Sejenis.....	40
3.3.2 Analisis Proyek Sejenis	40

3.4 Data Pendukung	40
3.4.1 Data Observasi	40
3.4.2 Data Wawancara	41
3.4.3 Kesimpulan Data Wawancara.....	50
3.4.4 Data Kuesioner	50
3.4.5 Kesimpulan Data Kuisioner	60
3.5 Analisis SWOT.....	61
3.6 Hasil Analisis.....	62
BAB IV.....	64
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	64
4.1 Konsep Perancangan	64
4.2 Strategi Komunikasi.....	64
4.2.1 Tujuan Komunikasi	64
4.2.2 Pendekatan Komunikasi	64
4.2.3 Gaya Bahasa	65
4.3 Strategi Pesan.....	65
4.4 Strategi Kreatif.....	67
4.4.1 Metode AISAS.....	67
4.5 Timeline.....	69
4.6 Konsep Visual	70
4.7 Hasil Perancangan	72
4.7.1 Media yang Digunakan.....	72
Bab V	75
Kesimpulan Dan Saran	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	75
Daftar Pustaka	77