

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metodologi Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kanker Leher Rahim (Serviks).....	10
2.1.1 HPV (Human Papillomavirus).....	11

2.2	Remaja	12
2.3	Advertising	13
2.4	Promotion Strategy	14
2.5	Kampanye	14
2.5.1	Kampanye Sosial	14
2.5.2	Tujuan Kampanye	15
2.5.3	Metode FACET Models of Effect	15
2.6	Consumer Behaviour	17
2.6.1	AOI (Activity, Opinion, Interest)	17
2.7	Consumer Insight	17
2.8	Consumer Journey	17
2.9	<i>Copywriting</i>	18
2.10	Advertising Media	18
2.10.1	Bentuk Media	19
2.11	Desain Komunikasi Visual	19
2.11.1	Warna	19
2.11.2	Tipografi	21
2.11.3	Gambar (ilustrasi)	22
2.11.4	Visual	22
2.11.5	<i>Layout</i>	22
2.12	Kerangka Teori	24
BAB III DATA DAN ANALISIS		25
3.1	Data Lembaga/Produk	25
3.1.1	Data	33
3.2	Data Khalayak Sasaran	43
3.2.1	Data	45

3.2.2 Analisis Data.....	49
3.3 Data Kampanye	50
3.3.1 Data.....	50
3.3.2 Analisis Data.....	56
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....	59
4.1 Strategi Perancangan	59
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	59
4.1.2 Pendekatan Komunikasi	59
4.1.3 Strategi Pesan.....	60
4.1.4 Strategi Kampanye.....	61
4.1.5 Strategi Visual.....	74
4.2 Hasil Perancangan	76
4.2.1 Persepsi.....	76
4.2.2 Emosi	81
4.2.3 Kognisi.....	84
4.2.4 Asosiasi.....	98
4.2.5 Persuasi	100
4.2.6 Perilaku	104
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	113