

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
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
1.3.1 Ruang Lingkup Permasalahan	3
1.3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.7 Skema Perancangan	7
1.8 Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI..	9
2.1 Kampanye	9
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	9
2.1.2. Tujuan Kampanye	9
2.1.3 Pelaku Kampanye.....	10
2.1.4 Pesan Kampanye.....	11
2.2 Media Kampanye	11
2.2.1. Media Cetak	11
2.2.2 Media Elektronik.....	11
2.2.3. Media Outdoor	11
2.3 Teori Komunikasi	12
2.3.1 Fungsi Komunikasi	12
2.3.2 Komunikasi Dalam Istilah.....	12
2.3.3 Strategi Komunikasi.....	13
2.3.4 Tahap Komunikasi	14
2.3.5 Pendekatan Strategi Komunikasi	15
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	16
2.4.1 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual.....	16
2.4.2. Layout/Tata Letak	16
2.4.3. Warna	17
2.4.4. Tipografi.....	18
2.4.5. Ilustrasi.....	21
2.4.6. Logo	22
2.4.7 Strategi Media	22
2.4.8 Media Mix.....	22
2.4.9. Copywriting	23
2.5. Perilaku Konsumen	24
2.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
2.5.2. Model Perilaku Konsumen.....	25
2.6. Kesehatan	26
2.6.1. Definisi Kesehatan	26
2.6.2. Hidup Sehat.....	27

BAB III DASAR PEMIKIRAN	28
3.1 Data Objek	28
3.1.1. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)	28
3.2 Data Mainan	29
3.2.1. Hasil Uji Mainan Edukasi Anak	30
3.2.2. Kandungan Zat Yang Terdapat Dalam Mainan Dan Dampaknya.....	33
3.2.3 Fungsi Mainan Edukasi.....	33
3.3 Data Khalayak Sasaran	33
3.3.1 Demografis.....	33
3.3.2 Psikografis.....	34
3.3.3 Geografi	34
3.3.4 AOI (Activity,Opini, Interest).....	34
3.4 Analisis Data	35
3.4.1 Data Hasil Observasi.....	35
3.4.2 Hasil Wawancara	35
3.4.3 Data Proyek sejenis	37
3.5 Analisis SWOT	38
3.6 Kesimpulan Hasil Analisis.....	40
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	41
4.1 Konsep Perancangan	41
4.1.1 Konsep Pesan	41
4.1.2 Strategi Pesan	42
4.1.3 Konsep Kreatif	42
4.1.4 Strategi Komunikasi.....	44
4.1.5 Konsep Visual	46
4.2 Proses Perancangan Logo... ..	49
4.2.1 Konsep Logo	49
4.3 Proses Perancangan.....	53
4.3.1 Media Utama.....	53

4.4 Media Pendukung	57
Bab V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	67