

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Halaman Pernyataaan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Aspek Akademis	7
1.5.2 Aspek Praktis	8
1.5.3 Aspek Sosial	8
1.6 Metode Pengumpulan Data Dan Metodologi Penelitian	8
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	8
1.6.2 Metodologi Penelitian Visual	9
1.7 Kerangka Penelitian	11
1.8 Pembabakan	12

BAB II DASAR PEMIKIRAN	13
2.1 Kajian Teori-Teori Pendukung Penelitian	13
2.1.1 Pengertian Periklanan Sebagai Sumber Informasi	13
2.1.2 Iklan Layanan Masyarakat	15
2.1.3 Strategi Kreatif Periklanan	17
2.1.4 Komunikasi Iklan Layanan Masyarakat.....	23
2.1.4.1 Media Komunikasi	23
2.1.4.2 Proses Komunikasi	23
2.1.5 Desain Komunikasi Visual Pada Iklan Layanan Masyarakat	25
2.1.5.1 Tipografi, Gaya Bahasa dalam <i>Copywriting</i>	27
2.1.5.2 Menjelaskan Audiens Melalui Gambar	30
2.1.6 Estetika Desain Iklan Layanan Masyarakat	31
2.1.7 Penekanan Pesan Pada Iklan Layanan Masyarakat	31
2.1.8 Psikologi Remaja	32
2.1.8.1 Tugas Perkembangan Masa Remaja	33
2.1.8.2 Pertumbuhan Dan Perkembangan Remaja	34
2.1.9 Persepsi Sosial	35
2.1.9.2 Terbentuknya Persepsi dari Faktor Impresi	36
2.1.9.2 Pengertian Impresi	38
2.1.10 Metodologi Penelitian Visual	39
2.1.10.1 Analisis Terhadap Visual	39
2.1.10.2 Analisis Film/Video Iklan	41
BAB III DATA OBJEK PENELITIAN.....	46
3.1 Biro Komunikasi Dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia	46

3.2 Iklan Layanan Masyarakat Tahun 2016	47
3.3 Objek Penelitian Iklan Layanan Masyarakat “Sehat Itu Gerak”	50
3.3.1 Perbandingan Visual Iklan Layanan Masyarakat	
“Sehat Itu Gerak” Media TV dan Youtube	61
3.4 Data Khalayak Sasaran	62
3.4.1 Geografis	62
3.4.2 Demografis	62
3.4.3 Psikografis	63
3.5 Data Kuisisioner Iklan “Sehat Itu Gerak”	63
BAB IV ANALISIS VISUAL IKLAN “SEHAT ITU GERAK”	66
4.1 Analisis Strategi Kreatif Visualisasi Iklan “Sehat Itu Gerak”	66
4.2 Analisis Visual Iklan “Sehat Itu Gerak” Tahap Deskripsi	66
4.3 Tahap Analisis Visualisasi Iklan “Sehat Itu Gerak”	89
4.4 Analisis Visual Iklan “Sehat Itu Gerak” Tahap Interpretasi	94
4.5 Analisis Visual Iklan “Sehat Itu Gerak” Tahap Penilaian	107
4.6 Analisis Hasil Kuisisioner Visualiasasi Iklan “Sehat Itu Gerak”	108
4.7 Relasitas Visualisasi Iklan “Sehat Itu Gerak” terhadap	
Impresi Kelompok Remaja Kategori Mahasiswa	114
BAB V PENUTUP	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Rekomendasi	117
DAFTAR PUSTAKA	118
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121
DAFTAR LAMPIRAN	122