

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.3 Ruang Lingkup .....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Perancangan .....	6
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Virus.....	10
2.1.1.1 Struktur Virus.....	11
2.1.1.2 Ukuran Virus .....	11
2.1.1.3 Perkembangbiakan Virus.....	11
2.1.1.4 <i>Togaviridae</i> .....	11
2.1.1.5 <i>Flavivirus</i> .....	12

1.1.1.6 Virus Zika.....	12
2.1.2 Kampanye .....	18
2.1.3 Jenis-jenis Kampanye .....	18
2.1.4 Sifat dan Ciri Kampanye.....	19
2.1.5 Unsur-unsur Pokok Pada Kampanye.....	20
2.1.6 faktor-faktor Penghambat Kampanye .....	20
2.1.7 Model Kampanye Nowak dan Warneryd.....	21
2.1.8 Strategi Komunikasi .....	22
2.1.8.1 Pengertian Komunikasi .....	22
2.1.8.2 Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Sosial.....	23
2.1.8.3 Persuasi Dalam Komunikasi.....	24
2.1.9 Media.....	24
2.1.9.1 Media Kampanye .....	25
2.1.9.2 Pemilihan Media Kampanye.....	25
2.1.10 Psikologi Target Audience .....	26
2.1.10.1 Perubahan Minat Pada Masa Dewasa Dini .....	28
2.1.11 Desain Komunikasi Visual.....	29
2.1.11.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	29
2.1.11.2 Prinsip-prinsip Desain .....	33
2.1.12 Tipografi.....	35
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>36</b>
3.1 Data .....	36
3.1.1 WHO.....	36
3.1.3 Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan.....	37
3.1.3 Data Virus Zika (WHO).....	38
3.1.4 Data Hasil Wawancara .....	41
3.1.5 Upaya Pemerintah .....	43
3.1.6 Media yang Sudah Ada .....	44
3.2 Analisis .....	44

3.2.1	Analisis <i>Target Audience</i> .....	44
3.2.2	Analisis Situasi (Sebab-Akibat).....	47
3.2.3	Analisis Model Kampanye Nowak dan Warneryd.....	48
3.2.4	Analisis Kampanye Sejenis.....	50
3.2.5	Hasil Analisis.....	52
3.2.6	Pesan Kampanye.....	53
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>55</b>
4.1	Konsep Perancangan .....	55
4.1.1	tujuan Komunikasi.....	55
4.1.2	Konsep Kreatif (pendekatan).....	56
4.1.3	Konsep Komunikasi.....	57
4.1.4	Gaya Bahasa.....	58
4.1.5	Strategi Pesan.....	58
4.1.6	Strategi Kreatif.....	59
4.1.6.1	Visual Khalayak Sasaran dan Indikator.....	59
4.1.6.2	<i>Consumer Journey</i> .....	60
4.1.6.3	Creatif Breaf 7.....	62
4.2	Strategi Media.....	64
4.2.1	Media Yang Digunakan .....	65
4.2.2	Perancangan Media .....	65
4.3	Visualisasi Karya .....	67
4.3.1	Gaya.....	67
4.3.2	Bentuk.....	68
4.3.2	Warna.....	69
4.3.3	Tipografi .....	69
4.3.4	Komposisi .....	70
4.4	Hasil Perancangan.....	70
4.4.1	Logo Kampanye.....	70
4.4.2	Aplikasi.....	72

4.4.3	Games.....	73
4.4.4	Motion Graphic.....	73
4.4.5	Print Ad Poster.....	75
4.4.6	Print Ad Flyer.....	75
4.4.7	Print Ad Brosur.....	76
4.4.8	Gimmick.....	76
4.4.9	Ambient Media.....	77
4.4.10	X-banner.....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>79</b>
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b><u>80</u></b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>82</b>