

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	6
1.5.1 Cara Pengumpulan Data .....	6
1.5.2 Analisis .....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
1.7 Pembabakan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Desain Komunikasi Visual .....	10
2.1.1 Prinsip Desain Komunikasi Visual .....	10
2.1.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....	12
2.2 Perancangan .....	18
2.3 Identitas Visual .....	18
2.3.1 Teori Brand .....	18
2.3.2 Teori Logo .....	19
2.3.3 Teori Slogan / Teori <i>Tagline</i> .....	19
2.3.4 Teori Fotografi.....	20
2.4 Promosi .....	21
2.4.1 Jenis-Jenis Promosi.....	21
2.4.2 Tujuan Promosi.....	22
2.4.3 Fungsi Promosi .....	22
2.5 Media Promosi .....	23

2.5.1 Jenis – Jenis Media Promosi .....	24
2.6 Teori Media.....	27
2.6.1 Teori Media Kampanye .....	28
2.7 Teori Kampanye Sosial.....	29
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>31</b>
3.1 Data Pemberi Proyek .....	31
3.1.1 Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.....	31
3.2 Data Objek Penelitian .....	32
3.3 Data Khalayak.....	39
3.4 Data Proyek Sejenis , .....	39
3.4.1 Festival Pulih .....	39
3.4.2 Cluenty Free Campaign .....	41
3.5 Data Hasil Wawancara.....	42
3.5.1 Wawancara dengan khalayak I .....	42
3.6 Data Hasil Observasi.....	43
3.7 Data Hasil Kueisioner .....	44
3.8 Analisis Data.....	49
3.8.1 Analisis Matriks Perbandingan Proyek sejenis.....	49
3.8.2 Analisis Data Wawancara .....	51
3.8.3 Analisis Data Observasi.....	51
3.8.4 Analisis Data Kuesioner .....	51
3.8.5 Analisis SWOT .....	51
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Konsep Pesan .....	53
4.2 Konsep Kreatif.....	53
4.3 Konsep Media .....	54
4.3.1 Media Utama.....	54
4.3.2 Media Pendukung .....	54
4.4 Konsep Visual.....	56
4.5 Konsep Bisnis .....	58
4.6 Hasil Perancangan.....	59
4.6.1 Sektsa .....	59
4.6.2 Media Utama.....	59
4.6.3 Media Promosi.....	62
4.6.4 Media Pendukung .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67

5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>