

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Ruang Lingkup .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6 Metode Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.6.1 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>7</b>
<b>1.6.2 Metode Analisis Data .....</b>	<b>8</b>
<b>1.7 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.8 Pembabakan.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Komunikasi .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Kampanye .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.1 Jenis-jenis kampanye.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Periklanan .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4 Desain Komunikasi Visual.....</b>	<b>12</b>
<b>2.5 Unsur-unsur Desain.....</b>	<b>13</b>
<b>2.5.1 Warna .....</b>	<b>13</b>
<b>2.5.2 Layout .....</b>	<b>13</b>
<b>2.5.3 Tipografi .....</b>	<b>14</b>

2.5.4 Ilustrasi .....	15
2.5.6 Copywriting.....	15
2.6 Media .....	16
2.7 Strategi Media (AISAS) .....	18
2.8 Kerangka Teori.....	18
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>19</b>
3.1 Data.....	19
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek.....	19
3.1.2 Data Objek Penelitian.....	23
3.2 Data Empirik .....	26
3.2.1 Data Hasil Observasi.....	26
3.2.2 Data Hasil Wawancara .....	28
3.2.4 Data Kuisisioner.....	31
3.3 Data Khalayak .....	34
3.4 Data Proyek Sejenis.....	35
3.5 Analisis Data .....	38
3.5.1 Analisis Data Proyek Sejenis .....	38
3.2.2 Analisis Matriks untuk Menarik Kesimpulan .....	40
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Strategi.....	42
4.1.1 Konsep Perancangan .....	42
4.1.2 Strategi Kampanye (Teori Monle Lee dan Carla Johnson).....	42
4.1.3 Strategi Komunikasi .....	43
4.2 Strategi Pesan.....	45
4.3 Strategi Kreatif .....	47
4.4 Strategi Visual.....	48
A. Konsep Jenis Huruf.....	48
B. Warna.....	49
4.5 Strategi Media.....	49
A. Media Utama.....	49
B. Media Pendukung.....	50
4.6 Hasil Perancangan.....	53
4.6.1 Attention .....	53
4.6.2 Interest .....	63

4.6.3 Search.....	68
4.6.4 Action .....	73
4.6.5 Share .....	78
<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>82</b>
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran atau Rekomendasi .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
LAMPIRAN 1 – Wawancara dengan Dokter Talasemia .....	85
LAMPIRAN 2 – Wawancara dengan Ketua Komunitas ReDTI Kita.....	86
LAMPIRAN 3 – Wawancara kedua dengan Ketua Komunitas ReDTI.....	102
LAMPIRAN 4 – Wawancara dengan Target Audiens .....	108
LAMPIRAN 5 – Hasil Kuisisioner .....	108