

## DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi

### Daftar Gambar

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	3
Gambar 2.1 Model Kampanye.....	11
Gambar 3.1 Logo Bakti Husada.....	26
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kementerian Kesehatan RI.....	27
Gambar 3.3 Pepsodent Periksa Gigi Sekarang.....	52
Gambar 4.1 Logo.....	74
Gambar 4.2 Poster Awareness.....	75
Gambar 4.3 Poster Informing.....	77
Gambar 4.4 Poster Informing.....	80
Gambar 4.5 Poster Reminding.....	81
Gambar 4.6 Website.....	83

Gambar 4.7 Social media.....	85
Gambar 4.8 Xbanner.....	85
Gambar 4.9 Majalah SWA.....	86
Gambar 4.10 Koran.....	87
Gambar 4.11 Gimmick.....	90
Gambar 4.12 Ambience Eskalator.....	90
Gambar 4.13 Automatic Door.....	91

#### Daftar Tabel

Tabel 3.1 Tabel Usia Produktif.....	35
Tabel 3.2 Jenis Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 3.3 Frekuensi Pekerjaan Durasi Pekerjaan di Kantor.....	36
Tabel 3.4 Kegiatan Setelah Pulang Kantor.....	37
Tabel 3.5 Jenis Olahraga yang Digemari.....	37
Tabel 3.6 Alasan Olahraga .....	38
Tabel 3.7 Durasi responden berolahraga.....	39
Tabel 3.8 Intensitas mengalami nyeri .....	39
Tabel 3.9 Bagian yang mengalami nyeri/lelah .....	40
Tabel 3.10 Pencegahan yang biasa di lakukan.....	41

Tabel 4.1 Timeline.....	92
Tabel 4.2 Budgeting.....	93

## **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Kampanye.....	6
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	6
2.1.2 Syarat Kampanye.....	7
2.1.3 Tujuan Kampanye.....	8
2.1.4 Jenis Kampanye.....	9
2.1.5 Model Kampanye.....	10
2.2 Komunikasi.....	12
2.2.2 Efek Komunikasi.....	12
2.2.3 Komunikasi Massa.....	13
2.2.4 Syarat Komunikasi Yang Baik.....	14
2.2.5 Seleksi Media.....	14

2.3 Media Massa.....	15
2.3.1 <i>Billboard</i> .....	16
2.3.2 Majalah.....	16
2.3.3 Koran.....	17
2.4 <i>Layout</i> .....	17
2.4.1 Elemen Teks.....	17
2.4.2 Elemen Visual.....	17
2.4.3 <i>Invisibel Elements</i> .....	18
2.5 Tagline.....	18
2.6. Gaya Hidup.....	19
2.6.1. Gaya Hidup AIO (Activity, Interest, Opinion).....	21
2.7 Kesehatan.....	22

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

3.1 Data dan fakta.....	26
3.1.1 Dinas Kesehatan.....	26
3.1.2 Kota Jakarta.....	33
3.2 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta.....	34
3.2.1. Kuesioner.....	34

3.2.1 Observasi.....	41
3.2.2 Wawancara.....	50
3.2.2.1 Hasil wawancara dengan Dr. Fransiska Diana Fadjar Djoniputri	50
3.2.3 Tinjauan kampanye sejenis.....	51
3.2.4 STP.....	55
3.2.4.1 Segmentasi.....	55
3.2.4.2 Targeting.....	55
3.2.4.3 Positioning.....	56
3.2.5 S.W.O.T. untuk aktifitas stretching.....	57
3.2.5.1 Strength.....	57
3.2.5.2 Weakness.....	57
3.2.5.3 Opportunity.....	57
3.2.5.4 Threat.....	57
3.2.6 S.W.O.T. untuk kampanye.....	57
3.2.6.1 Strength.....	57
3.2.6.2 Weakness.....	58
3.2.6.3 Opportunities.....	58
3.2.6.4 Threat.....	58

## **BAB 4 PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Konsep Komunikasi.....	59
----------------------------	----

4.1.1 Tahapan kampanye.....	60
4.2 Konsep kreatif.....	61
4.2.1 Konsep verbal.....	62
4.2.2 Konsep visual.....	62
4.2.2.1 Visual identity.....	63

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**