

## ABSTRAK

*Postpartum depression* atau *baby blues syndrome* merupakan sebuah bentuk penyakit psikologis yang menyerang ibu pasca melahirkan. Sindrom ini akan hilang dengan sendirinya dalam kurun waktu 10-14 hari, namun apabila dibiarkan maka dapat menyebabkan dampak negatif. Kurangnya media informasi mengenai sindrom ini menyebabkan banyak ibu dan suami yang kurang mengetahui dengan jelas mengenai gejala dan cara mengatasi sindrom ini.

Perancangan ini bertujuan untuk mensosialisasikan kasus *baby blues syndrome* melalui media kampanye yang menarik dan informatif Selain itu untuk membuat rancangan berupa media-media yang menarik dan mudah dimengerti oleh semua kalangan masyarakat sehingga dapat mengurangi dampak negatif dari sindrom ini.

Oleh karena itu dibuatlah sebuah kampanye dengan mengangkat tema “Kebahagiaan Seorang Ibu” dengan cara mengangkat sisi positif dari sindrom ini. Hal tersebut diaplikasikan kepada semua media yang digunakan dalam kampanye.

Dengan perancangan ini maka para ibu dan suami dapat mengetahui dengan lebih jelas mengenai gejala dan cara penanganan sehingga dapat mengurangi dampak negatif dari *baby blues syndrome*.

## DAFTAR ISI

<b>COVER DALAM</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

I. 1 Latar Belakang Masalah .....	1
I. 2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....	2
I. 3 Tujuan Perancangan .....	3
I. 4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
I. 5 Skema Perancangan .....	4

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 <i>Baby Blues Syndrome</i> .....	6
2. 2 Kampanye .....	10
2.2.1 <i>Target Audience</i> Kampanye .....	12
2.2.2 Metode dan Teknik Kampanye .....	12
2. 3 Media Periklanan .....	15

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

3.1 Data dan Fakta .....	18
3.1.1 Perusahaan atau Lembaga yang Terkait .....	18
3.1.1.1 Profil Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat .....	19

3.1.1.2 Profil Perusahaan Sponsor .....	20
3.1.2 Kasus <i>Baby Blues Syndrome</i> .....	20
3.1.3 Wawancara dengan Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat ..	21
3.1.4 Kuesioner .....	22
3.1.2 Tinjauan Terhadap Kampanye Sejenis .....	26
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	27

#### **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Konsep Komunikasi .....	30
4.2 Konsep Kreatif .....	31
4.3 Konsep Media .....	36
4.4 Hasil Karya .....	40
4.4 Biaya Media / <i>Budgeting</i> .....	51

#### **BAB V KESIMPULAN**

5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran Penulis .....	54

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	55
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	56
<b>DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN</b> .....	57
<b>SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI</b> .....	79
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	80
<b>DATA PENULIS</b> .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Kuesioner Pengetahuan Mengenai Baby Blues (L) .....	23
Gambar 1.2	Diagram Kuesioner Pengetahuan Mengenai Baby Blues (P) .....	23
Gambar 1.3	Diagram Kuesioner Mengenai Informasi yang Didapat .....	24
Gambar 1.4	Diagram Kuesioner Mengenai Koran yang Sering Dibaca .....	25
Gambar 1.5	Diagram Kuesioner Mengenai Acara yang Sering Dilihat .....	25
Gambar 1.6	Teknik Gambar Pada Buku Panduan Kampanye .....	27
Gambar 1.7	Banner Mengenai Kematian Ibu dan Anak .....	27
Gambar 1.8	Teknik Fotografi .....	32
Gambar 1.9	Jenis Font .....	33
Gambar 1.10	Logo Grid .....	34
Gambar 1.11	Logo Colour .....	34
Gambar 1.12	Logo Treatment .....	35
Gambar 1.13	Skala dan Minimum Logo Size .....	35
Gambar 1.14	Jadwal Kampanye .....	36
Gambar 1.15	Poster Kampanye .....	41
Gambar 1.16	Brosur Kampanye .....	41
Gambar 1.17	Iklan Kampanye di Koran .....	42
Gambar 1.18	Booklet .....	43
Gambar 1.19	Iklan Kampanye di Majalah .....	43
Gambar 1.20	Storyboard Iklan Televisi .....	44
Gambar 1.21	Desain Websitte .....	45
Gambar 1.22	Iklan Website .....	46
Gambar 1.23	Desain Mobil Keliling .....	47
Gambar 1.24	Gimmick Free Sample Produk Sponsor .....	47
Gambar 1.25	Kemasan Khusus Produk Sponsor .....	48
Gambar 1.26	Seragam Kampanye .....	49
Gambar 1.27	Banner Kampanye .....	50
Gambar 1.28	Stand Pameran di Istana Plaza Mall .....	51

## DAFTAR ISTILAH

Tagline	: slogan dalam iklan
Gimmick	: suvenir yang diberikan secara gratis
Icon	: simbol atau gambar yang mengandung maksud tertentu
Reminding	: pengingat
Layout	: rancangan dalam mendesain

## DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner .....	58
Lampiran B : Tabel Hasil perhitungan kuesioner .....	60
Lampiran C : Sketsa .....	61
Lampiran D : Lembar Asistensi .....	78