

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
DAFTAR ISI	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan & Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Metodologi Penelitian	4
1.5 Skema Perancangan	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye.....	6
2.2 <i>Target Audience</i>	10
2.3 Retorika.....	10
2.4 Komunikasi Massa.....	12
2.5 Analisa SWOT.....	13
2.6 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	13
2.7 Diabetes Mellitus.....	14

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	21
3.1.1 Perusahaan Terkait	21
3.1.1.1 Gejala / Fenomena yang terjadi.....	24
3.1.1.2 Hasil Wawancara	24
3.1.1.3 Kuisioner	26
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	30
3.2 Analisis Permasalahan	32

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif	36
4.3 Konsep Media	37
4.3.1 Media Cetak / <i>Printed Media</i>	37
4.3.2 Media Elektronik	38
4.3.3 Media Cinderamata	38
4.4 Rancangan Anggaran Biaya	39
4.5 Hasil Karya	40
4.5.1 Logo	40
4.5.2 Poster	42
4.5.3 Brosur	49
4.5.4 <i>Website</i>	50
4.5.5 <i>X-Banner</i>	51
4.5.6 Pembatas Jalan	52
4.5.7 <i>T-Shirt</i>	53
4.5.8 <i>Pin</i>	54
4.5.9 Kalender	54

4.5.10 Payung	55
4.5.11 Mug	55
4.5.12 <i>Stationary</i>	55
4.5.13 <i>Shopping Bag</i>	56
4.5.14 Jam Dinding	56

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57