

ABSTRAK

Penyalahgunaan Antibiotika merupakan masalah yang perlu ditangani sejak dini, banyak masyarakat Indonesia menganggap sepele masalah ini karena tidak dianggap penting. Namun sebenarnya masalah penyalahgunaan antibiotika ini sudah banyak dialami oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dan tidak disadari mulai menggerogoti kesehatan mereka.

Penggunaan Antibiotika ini sudah lama menjadi masalah di Luar Negeri, mereka sudah mengeluarkan Undang-undang guna mengatur penggunaan antibiotika. Sedangkan di Indonesia permasalahan ini diabaikan. Oleh karena itu diperlukan penanganan dan pemberitahuan tentang masalah penggunaan antibiotika yang tepat sehingga masyarakat Indonesia menjadi lebih bijak dalam menggunakan obat Antibiotika.

Faktor yang mendukung agar masalah ini dapat teratasi adalah kepedulian masyarakat Indonesia akan masalah Penggunaan Antibiotika bagi diri sendiri dan orang lain, sehingga kualitas hidup dan kesehatan masyarakat semakin baik. Diharapkan dengan adanya Kampanye ini, Indonesia dapat mangantisipasi dan meminimalisir dampak yang terjadi akibat penggunaan antibiotik yang tidak tepat.

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan	i
Kata Pengantar	ii
Pernyataan Orisinilitas Karya dan Laporan	iv
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian	v
Abstrak	vi
Daftar Isi	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	5
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Bakteri	7
2.2 Virus	7
2.3 Informasi Tentang Infeksi Saluran Pernafasan	8
2.3.1 Pengertian Infeksi Saluran Pernapasan	8
2.3.2 Infeksi saluran pernapasan akut (ISPA)	8
2.3.3 Pilek	9
2.3.4 Batuk	10
2.3.5 Flu atau influenza	11
2.4 Antibiotik	13
2.4.1 Antibiotik untuk ISPA	13
2.5 Resistensi	14
2.6 Perkembangan Orang Dewasa	16
2.7 Kampanye	17
2.7.1 Jenis-jenis kampanye	18
2.7.2 Tujuan kampanye	18

2.7.3 Kampanye sosial	18
2.8 Media Masa	19
2.8.1 Jenis-jenis media masa	19
2.9 Segmentasi	20
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Data dan Fakta	22
3.1.1 Perusahaan	22
3.1.1a WHO	22
3.1.1b Depkes Jawa Barat	25
3.1.1c Data Jawa Barat Tahun 2007	26
3.1.1d Wawancara dengan dr. Budi Widiyanto	27
3.1.1e Wawancara dengan dr. Ratna	29
3.1.1f Hasil Kuesioner	30
3.1.2 Tinjauan terhadap proyek sejenis	38
3.2 Sasaran	40
3.2.1 Analisis Segmentasi Psikografis	41
3.3 Analisis	42
3.3.1 Analisis SWOT	42
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	45
4.2 Konsep Kreatif	45
4.2.1 Konsep Visual	46
4.2.2 Konsep Verbal	47
4.3 Konsep Media	47
4.3.1 Strategi pemilihan media	48
A. Media Primer (Media Utama)	48
B. Media Sekunder (Media Pendukung)	49
4.3.2 Rencana atau Jadwal Pemakaian Media	51
4.3.3 Biaya Media / Budgeting	51
4.4 Hasil Karya	53
4.4.1 Logo	53

4.4.1a Brand Typography	56
4.4.2 Bussines Suit	56
4.4.3 Iklan Tv	57
4.4.3a Iklan 1: Kenali flu anda	57
4.4.3b Iklan 2: Pahami dan tepat gunakan antibiotic	58
4.4.4 Poster	61
4.4.5 Billboard	63
4.4.6 Angkutan Umum Ad	64
4.4.7 Brosur	64
4.4.8 Media Untuk Penyuluhan	65
4.4.9 Gimmick (Tissue dan Stress Ball)	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Untuk UK Maranatha	71
5.2.2 Saran Untuk Masyarakat Umum	72
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR GAMBAR	74
DAFTAR TABEL	75
LAMPIRAN	76