

ABSTRAK

Perkembangan dunia mode saat ini memang tidak dapat kita abaikan. Berbagai inovasi menarik terdapat di dalamnya. Salah satu yang paling menarik adalah sepatu bertumit tinggi atau yang lebih kita kenal dengan istilah *high heel shoes* disingkat *high heels*. Masalah timbul karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pemilihan kualitas dan pemakaian *high heels* yang tidak tepat sehingga terdapat resiko / dampak negatif bagi penggunaannya. Meskipun begitu, *high heels* sulit ditinggalkan. Selain untuk alasan mengikuti trend mode, ada pula image kuat yang ditimbulkan akan pemakaiannya dalam masyarakat (etika berpakaian).

Oleh karena itu, maka dibuatlah sebuah kampanye untuk menyadarkan wanita muda pengguna *high heels* untuk lebih memperhatikan kesehatan kakinya. Kampanye ini diharapkan memberi informasi yang benar mengenai penggunaan *high heels* serta dapat menambah integrasi antara satu disiplin ilmu dengan disiplin ilmu yang lain (Desain grafis /DKV dengan fashion dan kedokteran) sesuai dengan permasalahan yang diangkat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Fokus Masalah.....	3
1.5 Tujuan Perencanaan.....	4
1.6 Ruang Lingkup Perencanaan.....	4
1.7 Manfaat Perancangan.....	4
1.8 Metodologi Perancangan.....	5
1.8.1 Metode Perancangan.....	5
1.8.2 Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.9 Skema Perancangan.....	6
1.10 Mind mapping.....	7

BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Desain Komunikasi Visual.....	8
2.1.2 Kampanye.....	9
2.1.2a Definisi Kampanye.....	9
2.1.2b Jenis Kampanye.....	9
2.1.2c Model Kampanye.....	10
2.1.3 Komunikasi Massa.....	12
2.2 Tinjauan Faktual.....	12
2.2.1 Tinjauan Umum Kaki dan <i>High heels</i>	13
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 30
3.1 Data dan Fakta.....	30
3.1 Organisasi Pendukung.....	42
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.	 46
4.1 Konsep Komunikasi.....	46
4.2 Konsep Kreatif.....	49
4.3 Konsep Media.....	49
4.3.1 Poster.....	49
4.3.2 Banner.....	50
4.3.3 Brosur.....	50
4.3.4 Flyer.....	50
4.3.5 Iklan Majalah.....	50

4.3.6 Ambience Media.....	50
4.3.7 Website.....	51
4.3.8 Gimmick.....	51
4.4 Hasil Karya.....	51
4.4.1 Logo Kampanye.....	51
4.4.2 Poster.....	52
4.4.3 X Banner.....	54
4.4.4 Brosur.....	55
4.4.5 Flyer.....	55
4.4.6 Spanduk.....	56
4.4.7 Tiket Seminar.....	57
4.4.7 Iklan Majalah.....	58
4.4.8 Iklan Koran.....	58
4.4.9 Web ad.....	59
4.4.10 Gimmick.....	59
4.4.11 Ambience Mall.....	60
4.4.12 Endorse Media...	61
4.4.13 Bussines suit.....	62
4.4.14 Website.....	62
 BAB V PENUTUP.....	 66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
 DAFTAR PUSTAKA.....	 ix
DAFTAR ISTILAH.....	x

DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN.....	xi
SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI.....	xii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xiii
DATA PENULIS.....	xiv