

ABSTRAK

Remaja perempuan secara psikologis sedang mengalami masa yang labil, yaitu sebuah fase dimana terjadi perubahan dalam berbagai aspek kehidupannya. Lingkungan disekitarnya sangat berpengaruh dalam pembentukan remaja itu kelak. Pengaruh dari luar diri yang cukup kuat bagi remaja adalah majalah, tayangan televisi serta pergaulan dengan teman sebaya. Tidak sedikit dari remaja perempuan saat ini yang ingin mengubah penampilan mereka sesuai dengan apa yang mereka lihat. Kampanye ini dibuat untuk membantu para remaja meningkatkan penerimaan diri dan menumbuhkan rasa percaya dirinya. Diharapkan para remaja perempuan itu dapat berhenti untuk mencari kekurangan pada penampilan mereka dan menyadari keunikan identitas pribadi mereka. Karena semua perempuan itu cantik dengan segala perbedaannya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	5
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	6
1.5 Skema Perancangan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Remaja	8
2.2 Perubahan Kondisi Remaja.....	8
2.2.1 Perubahan Fisik.....	8
2.2.2 Perubahan Secara Sosial.....	9
2.3 Permasalahan Remaja.....	9
2.3.1 Citra Tubuh.....	10

2.3.2	Konsep dan Kepercayaan diri.....	11
2.3.3	Penampilan Fisik yang Menarik dan Kecantikan.....	12
2.3.4	Identitas Diri	13
2.3.5	Pergaulan Teman Sebaya dan Tekanan Teman Sebaya.....	16
2.4	Indeks Massa Tubuh (<i>Body Mass Index</i>)	17
2.5	Kampanye.....	18
2.5.1	Pengertian Kampanye	18
2.5.2	Jenis-jenis Kampanye	19
2.5.3	Tipe Kampanye Publik.....	19
2.6	Segmentasi, Targeting dan Positioning.....	20

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta.....	22
3.1.1	Lembaga Terkait.....	22
3.1.1.1	Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.....	22
3.1.1.1.2	Struktur Organisasi.....	24
3.1.1.2	United Nations Children's Fund.....	25
3.2	Analisis Data dan Fakta.....	26
3.2.1	Analisis Survei Pendahuluan.....	26
3.2.2	Data dan Analisis Survei Pernyataan.....	30
3.2.3	Hasil Wawancara.....	33
3.2.3.1	Hasil Wawancara dengan Psikolog.....	34

3.2.3.2	Hasil Wawancara dengan Badan Pemeriksa Obat dan Makanan.....	35
3.2.3.3	Hasil Wawancara dengan Target.....	38
3.2.4	Target menurut Segmentasi, Targeting dan Positioning.....	41
3.2.4.1	Segmentasi.....	41
3.2.4.2	<i>Targeting</i>	43
3.2.4.3	<i>Positioning</i>	43
3.2.5	SWOT.....	44

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi	45
4.1.1	Konsep Verbal	46
4.1.2	Konsep Visual.....	47
4.2	Konsep Kreatif.....	47
4.2.1	Strategi Kreatif.....	48
4.3	Konsep Media.....	48
4.3.1	Jenis Media yang Digunakan.....	48
4.3.1.1	Media Primer.....	48
4.3.1.2	Media Sekunder.....	51
4.3.1.3	Media Tersier.....	52
4.3.2	Budget.....	52
4.4	Hasil Karya.....	53
4.4.1	Logo.....	53

4.4.2 Awareness.....	54
4.4.2.1 Poster dan iklan majalah.....	54
4.4.3 Conditioning.....	55
4.4.3.1 Poster.....	55
4.4.3.2 Iklan Majalah.....	56
4.4.3.3 Billboard.....	57
4.4.3.4 Iklan TV.....	58
4.4.3.5 Web Banner.....	59
4.4.4 Informing.....	60
4.4.4.1 Poster.....	60
4.4.4.2 Iklan Majalah.....	61
4.4.4.3 Billboard.....	61
4.4.4.4 Iklan TV.....	62
4.4.4.5 Web Banner.....	64
4.4.5 Reminding.....	64
4.4.5.1 Poster dan iklan majalah.....	64
4.4.5.2 Billboard.....	65
4.4.5.3 Iklan TV.....	66
4.4.6 Artikel Majalah.....	67
4.4.7 Ambiance.....	67
4.4.8 Komik.....	68
4.4.9 Diary.....	69
4.4.10 Website.....	70
4.4.11 <i>Social Media</i>	71

4.4.12 Seragam.....	74
---------------------	----

4.4.13 Gimmick.....	74
---------------------	----

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	78
----------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Klasifikasi BMI menurut WHO (1998)	18
Tabel 3.1	Pertanyaan dan Hasil Jawaban Survei Pendahuluan.....	27
Tabel 3.1	Pertanyaan dan Hasil Jawaban Survei Pendahuluan(Lanjutan).....	28
Tabel 3.1	Pertanyaan dan Hasil Jawaban Survei Pendahuluan(Lanjutan)	28
Tabel 3.2	Pertanyaan dan Hasil Jawaban Survei Pernyataan.....	30
Tabel 3.2	Pertanyaan dan Hasil Jawaban Survei Pernyataan(Lanjutan).....	31