

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye	
2.1.1 Definisi Kampanye	6
2.1.2 Tipe Kampanye Publik	7
2.2 Strategi Kampanye	8
2.3 Bahan Tambahan Makanan	
2.3.1 Pengertian Bahan Tambahan Makanan	8
2.3.2 Peranan Bahan Tambahan Makanan	9
2.3.3 Jenis Bahan Tambahan Makanan	
2.3.3.1 Pengawet sintetis	10
2.3.3.2 Pewarna sintetis	11
2.3.3.3 Pemanis sintetis	13

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Perusahaan / Lembaga Terkait	
3.1.1.1 Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)	14
3.1.1.1.1 Visi dan Misi	14
3.1.1.1.2 Fungsi BPOM	15
3.1.1.1.3 Nilai Dasar Organisasi	15
3.1.1.2 UNICEF (<i>United Nation International Children Emergency Fund</i>)	
3.1.1.2.1 Misi	15
3.1.1.3 Departemen Kesehatan Republik Indonesia (DEPKES RI)	
3.1.1.3.1 Visi dan Misi	17
3.1.1.3.2 Strategi dan nilai-nilai Departemen Kesehatan	17
3.1.2 Data Hasil Observasi	
3.1.2.1 Kuesioner	18
3.1.3.2 Hasil Wawancara	
3.1.3.2.1 Wawancara dengan Kepala Seksi Layanan Informasi Konsumen BPOM	22
3.1.3.2.2 Wawancara dengan Dokter dari Magister Kesehatan Gizi Klinik	24
3.1.3.2.3 Wawancara dengan Ahli Psikologi Anak	25
3.2 Analisis masalah berdasarkan data dan fakta	26

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	29
4.1.1 Tahap <i>Awareness</i>	29
4.1.2 Tahap <i>Informing</i>	29
4.1.3 Tahap <i>Reminding</i>	30
4.2 Konsep Kreatif	30
4.3 Konsep Media	31
4.3.1 Poster	31
4.3.2 <i>Print-ad</i>	32
4.3.3 <i>Booklet</i>	32
4.3.5 <i>Gimmick</i>	32
4.4 Hasil Karya	32
4.4.1 Logo	32

4.4.1.2 Konsep Logo	33
4.4.2 Ukuran dan Biaya Media	
4.4.2.1 Ukuran Media	33
4.4.2.2 Biaya Media / <i>Budgeting</i>	
4.4.2.2.1 Tahap <i>Awareness</i>	34
4.4.2.2.2 Tahap <i>Informing</i>	34
4.4.2.2.2.1 Media untuk <i>Event</i> di Sekolah	34
4.4.2.2.3 Tahap <i>Reminding</i>	35
4.4.3 Visualisasi Media	35
4.4.3.1 Poster	35
4.4.3.2 Iklan Majalah	37
4.4.3.3 <i>Gimmick</i>	
4.4.3.3.1 Pin	40
4.4.3.3.2 Gelas Jus	41
4.4.3.3.3 Kaos	42
4.4.3.3.4 Tas Kertas	42
4.4.3.3.5 Topeng Mainan	43
4.4.3.3.5 <i>Booklet</i>	44
4.4.3.3.6 Maket	44
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
DAFTAR ISTILAH	50
SARAN DAN KOMENTAR DOSEN	51
UCAPAN TERIMA KASIH	52
BIODATA PENULIS	53
KUESIONER	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Bapak Ujang Supriatna Apt. (kiri) dan Kezia Yolanda (kanan)	23
Gambar 4.1 Logo kampanye	33
Gambar 4.4.3.1.1 Poster tahap <i>Awareness</i>	35
Gambar 4.4.3.1.2 Poster tahap <i>Informing</i>	36
Gambar 4.4.3.1.3 Poster tahap <i>Reminding</i>	37
Gambar 4.4.3.2.1 Iklan majalah tahap <i>Awareness</i>	38
Gambar 4.4.3.2.2 Iklan majalah tahap <i>Informing</i>	39
Gambar 4.4.2.2.3 Iklan majalah tahap <i>Reminding</i>	40
Gambar 4.4.3.3.1 Desain pin	41
Gambar 4.4.3.2 Desain gelas jus	41
Gambar 4.4.3.3 Desain kaos	42
Gambar 4.4.3.4 Desain tas kertas	43
Gambar 4.4.3.4 Desain topeng mainan	43
Gambar 4.4.3.5 Desain booklet	44
Gambar 4.4.3.6 Visualisasi maket event sekolah	45

DAFTAR TABEL

Grafik 3.1.2.1.1 Perbandingan total perempuan dan laki-laki hasil kuesioner	18
Grafik 3.1.2.1.2 Perbandingan jumlah anak per kelas hasil kuesioner	19
Grafik 3.1.2.1.3 Perbandingan pemberian uang jajan hasil kuesioner	19
Grafik 3.1.2.1.4 Perbandingan bekal minuman dari rumah hasil kuesioner	20
Grafik 3.1.2.1.5 Perbandingan minuman favorit hasil kuesioner	20
Grafik 3.1.2.1.6 Perbandingan alasan pemilihan minuman hasil kuesioner	21
Grafik 3.1.2.1.7 Perbandingan cara mendapatkan minuman hasil kuesioner	21
Grafik 3.1.2.1.8 Perbandingan total konsumsi minuman per hari hasil kuesioner	22
Grafik 3.1.2.1.9 Perbandingan pemberian izin dari orang tua hasil kuesioner	22