

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAN KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	
1.2.1. Permasalahan	2
1.2.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Tujuan Perancangan	3
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5. Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Komunikasi Massa	5
2.2. Kampanye	

2.2.1. Kampanye dan Manejemen Kampanye	7
2.2.2. Jenis-jenis Kampanye.....	10
2.2.3. Strategi Kampanye	11
2.3. Teori Logo.....	12
2.4. Teori Ilustrasi	14
2.5. Teori Manipulasi Foto	15
2.6. Teori Warna	16
2.7. Teori Tipografi	23
2.8. Teori Layout	26

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1. Data dan Fakta

3.1.1. Profil Departemen Kesehatan	28
3.1.2. Profil Rumah Sakit Immanuel	29
3.1.3. Anak dan Game	30
3.1.4. Penyebab Kecanduan Game	31
3.1.5. Tanda-tanda Kecanduan Game	32
3.1.6. Dampak Kecanduan Game	33
3.1.7. Hasil Penelitian	37
3.1.8. Tinjauan Proyek Sejenis	41

3.2. Analisis Data

3.2.1. Analisis Masalah	43
-------------------------------	----

3.2.2. Segmenting, Targeting, Positioning	45
3.2.3. Strength, Weakness, Opportunity, Threat	46

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1. Konsep Komunikasi	48
4.2. Konsep Kreatif	
4.2.1. Konsep Visual	48
4.2.2. Konsep Verbal	52
4.3. Konsep Media	
4.3.1. Kegunaan Media	53
4.3.2. Timeline Media	56
4.3.3. Perincian Anggaran Biaya	57
4.4. Hasil Karya	
4.4.1. Logo Kampanye	59
4.4.2. Visualisasi	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan	78
4.2. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

SKETSA KARYA

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Teori Warna	16
Gambar 2.2. Warna Primer	17
Gambar 2.3. Warna Sekunder	20
Gambar 2.4. Warna Tersier	20
Gambar 3.1. Logo Departemen Kesehatan	28
Gambar 3.2. Logo RS Immanuel	29
Gambar 3.3. Logo Kampanye <i>Change4Life</i>	41
Gambar 3.4. Poster Kampanye Anti Game	42
Gambar 3.5. Kampanye <i>Change4Life</i>.....	43
Gambar 3.6. Kampanye <i>Change4Life</i>.....	43
Gambar 4.1. Logo Kampanye	59
Gambar 4.2. Poster Kampanye Tahap <i>Attitude</i> Seri 1	60
Gambar 4.3. Poster Kampanye Tahap <i>Attitude</i> Seri 2 & 3	61
Gambar 4.4. <i>Flyer</i> Tahap <i>Attitude</i> Seri 1	62
Gambar 4.5. <i>Flyer</i> Tahap <i>Attitude</i> Seri 2 & 3	63
Gambar 4.6. Iklan Koran	64
Gambar 4.7. Iklan Majalah	65
Gambar 4.8. Koran Online	66
Gambar 4.9. Situs Jejaring Sosial (Facebook)	66
Gambar 4.10. Situs Jejaring Sosial (Twitter)	67
Gambar 4.11. Pop-Advertising (www.detik.com)	67

Gambar 4.12. <i>Ambient Media</i> Lift	68
Gambar 4.13. <i>Ambient Media Shopping Trolley</i>	69
Gambar 4.14. <i>Cutting Stiker</i>	69
Gambar 4.15. <i>Mouse pad</i>	70
Gambar 4.16. <i>Penampang Mug</i>	70
Gambar 4.17. <i>Online Advetising (Yahoo Mail)</i>	71
Gambar 4.18. <i>Poster Kampanye Tahap Action Seri 1</i>	72
Gambar 4.19. <i>Poster Kampanye Tahap Action Seri 2 &3</i>.....	73
Gambar 4.20. <i>Flyer Kampanye Tahap Action Seri 1</i>	73
Gambar 4.21. <i>Flyer Kampanye Tahap Action Seri 2 & 3</i>	74
Gambar 4.22. <i>Interface Webiste 1</i>	75
Gambar 4.23. <i>Interface Webiste 2</i>	76
Gambar 4.24. <i>Interface Aplikasi Ponsel</i>	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kebiasaan Anak Bermain Game	38
Tabel 3.2. Alasan Memberi Anak Game	38
Tabel 3.3. Penerapan Waktu Bermain	39
Tabel 3.4. Mengonsumsi Game Setiap Hari.....	39
Tabel 3.5. Waktu Yang Dhabiskan Bermain Game	40
Tabel 4.1. Timeline Kampanye	56