

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Kampanye.....11

2.2 Anatomi Mata.....15

2.3 Perbandingan Mata Astigmatis dengan Mata
Normal.....17

2.4 Perbandingan Kelainan Refraksi Mata dengan
Mata Normal.....18

3.1 Diagram Batang Kuesioner 1..... 42

3.2 Diagram Batang Kuesioner 2.....45

4.1 Timeline Kampanye.....54

4.2 Logo Kampanye.....56

4.3 Warna.....57

4.4 Font Logo Dubiel Plain.....57

4.5 Font Logo GeoSans Light.....	57
4.6 SHE Band (Duta).....	59
4.7 Poster Teaser.....	61
4.8 Poster 1.....	62
4.9 Poster 2.....	63
4.10 Poster 3.....	64
4.11 Poster Event.....	65
4.12 Poster Reminding.....	66
4.13 Iklan Majalah Teaser.....	67
4.14 Iklan Majalah 1.....	68
4.15 Iklan Majalah 2.....	69
4.16 Iklan Majalah 3.....	70
4.17 Iklan Majalah Event.....	71
4.18 Iklan Majalah Reminding.....	72
4.19 Advertorial.....	73
4.20 Brosur.....	74
4.21 Ambient Media.....	74
4.22 X Banner.....	75
4.23 Umbul-Umbul.....	75
4.24 Baliho.....	76
4.25 Aplikasi Website.....	78

4.26 Facebook.....	79
4.27 Twitter.....	79
4.28 Aplikasi Mobile Application.....	80
4.29 Gimmick – Kalender.....	81
4.30 Gimmick - Soft lenses’ case dan packaging..	81

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Skema Perancangan.....	6
4.1 Tabel Budgeting.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

1.1 Transkripsi Hasil Wawancara.....	41
4.1 Hasil Jawaban Responden.....	43
c. Corpus Data-data Logo yang ada.....	84

DAFTAR ISTILAH..... 84

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.....	4

1.5 Skema Perancangan.....	5
----------------------------	---

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye.....	7
-------------------	---

2.1.1 Pengertian Kampanye.....	7
--------------------------------	---

2.1.2 Syarat Kampanye.....	8
----------------------------	---

2.1.3 Tujuan Kampanye.....	9
----------------------------	---

2.1.4 Jenis Kampanye.....	9
---------------------------	---

2.1.5 Model Kampanye.....	10
---------------------------	----

2.2 Komunikasi.....	11
---------------------	----

2.2.1 Efek Komunikasi.....	11
----------------------------	----

2.2.2 Komunikasi Massa.....	13
-----------------------------	----

2.2.3 Syarat Komunikasi Yang Baik.....	14
--	----

2.3 Mata.....	14
---------------	----

2.3.1 Struktur dan Proses Mata.....	15
-------------------------------------	----

2.3.2 Kelainan Refraksi Pada Mata.....	16
--	----

2.4 Lensa Kontak.....	18
-----------------------	----

2.4.1 Pengertian Lensa Kontak.....	18
------------------------------------	----

2.4.2 Jenis Lensa Kontak.....	19
2.4.3 Komplikasi Yang Sering Terjadi Pada Pemakaian Lensa Kontak.....	21

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

3.1 Data dan fakta.....	32
3.1.1 Ikatan Dokter Indonesia.....	32
3.1.2 PERDAMI (Pehimpunan Dokter Spesialis Mata Indonesia).....	33
3.1.3 Netra Klinik Spesialis Mata.....	34
3.1.4 Hasil Wawancara dengan Dokter Sutarya Enus.....	36
3.1.5 Hasil Wawancara dengan Refraksionis Optisien.....	38
3.1.6 Hasil Wawancara dengan beberapa Toko Optik.....	39
3.1.7 Hasil Kuesioner.....	40
3.1.8 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	46
3.2 Analisa Permasalahan.....	49
3.2.1 Strategi Komunikasi.....	50
3.2.2 Targeting.....	50
3.2.3 Positioning.....	51
3.2.4 Strength.....	51
3.2.5 Weakness.....	51

3.2.6 Opportunity.....	51
3.2.7 Threats.....	51

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	52
4.1.1 Tahap Conditioning.....	53
4.1.2 Tahap Informing.....	53
4.1.3 Tahap Reminding.....	53
4.1.4 Timeline Kampanye.....	54
4.2 Konsep Kreatif.....	55
4.2.1 Konsep Verbal.....	55
4.2.2 Konsep Visual.....	56
4.3 Konsep Media.....	57
4.4 Hasil Karya.....	61
4.5 Budgeting.....	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA.....	87
----------------------------	-----------

DAFTAR ISTILAH	88
LAMPIRAN	92
UCAPAN TERIMA KASIH	95
DATA PENULIS	96
SKETSA	97