

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1. Permasalahan.....	2
1.2.2. 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.....	6
2.1. Kampanye	6
2.1.1. Definisi Kampanye.....	6
2.1.2. Jenis Kampanye	7

2.1.3. Model Kampanye	7
2.1.4. Teknik Kampanye	10
2.1.5. Pendekatan Pesuasif	12
2.2. Komunikasi	12
2.2.1. Pengertian Komunikasi	12
2.2.2. Unsur Komunikasi	13
2.2.3. Bentuk Komunikasi.....	14
2.2.4. Proses Perencanaan Komunikasi.....	14
2.2.5. Media Promosi Kesehatan.....	16
2.3. Fotografi.....	17
2.4. Logo	18
2.5. Tipopgrafi	18
2.6. Peranan Ibu Rumah Tangga.....	19

BAB III DATA DAN ANALISIS 21

3.1. Data Lembaga Terkait.....	21
3.1.1. Departemen Kesehatan.....	21
3.1.2. Data Buku	23
3.1.2.1. Jus Buah dan Sayuran	23
3.1.2.2. Khasiat Warna-Warni Makanan	32
3.1.2.3. Rahasia Hidup Sehat & Panjang Umur	40
3.1.2.4. Sehat Dari Meja Makan.....	40
3.1.3. Data Hasil Wawancara	41
3.1.4. Data Hasil Kuesioner	42
3.1.5. Data Internet.....	53
3.1.6. Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	56
3.2. Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	58
3.2.1. Segmentasi, Targeting, Positioning	59
3.2.1.1. Segmentasi	59
3.2.1.2. Targeting	59

3.2.1.3. Positioning	59
3.2.2.SWOT	60

BAB IV PEMECAHAN MASALAH..... 61

4.1. Konsep Komunikasi	61
4.1.1.Tahapan Kampanye.....	61
4.1.2.Creative Brief.....	62
4.2. Konsep Kreatif	64
4.2.1. Konsep Verbal	64
4.2.2.Konsep Visual.....	64
4.3. Konsep Media.....	65
4.4. Hasil Karya.....	68
4.4.1. Logo Kampanye.....	68
4.4.2. Logo Event.....	71
4.4.3. Poster	73
4.4.3.1. Poster Seri Informing	73
4.4.3.2. Poster Event	76
4.4.4. Website	77
4.4.4.1. Web Banner.....	81
4.4.5. Brosur	82
4.4.6.Iklan Majalah	84
4.4.7. Stand 5 Warna.....	85
4.4.8. X-Banner Event	86
4.4.9.Backdrop.....	87
4.4.10. Umbul-Umbul.....	88
4.4.11. Ambient Media	88
4.4.11.1. Nutrition Fact.....	88
4.4.11.2. Troli.....	89
4.4.11.2.1. Persuading.....	89
4.4.11.2.2. Reminding.....	91
4.4.12. Gimmick.....	91

4.4.12.1. Alas Gelas.....	92
4.4.12.2. Talenan	93
4.4.12.3. Tas Ramah Lingkungan	93
4.5. Timeline Media Kampanye	94
4.6. Budgeting Media	95
BAB V PENUTUP	100
5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran Untuk Penulis.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR ISTILAH.....	104
DATA PENULIS	110
UCAPAN TERIMAKASIH.....	112
DAFTAR LAMPIRAN.....	114
LAMPIRAN	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo KEMENKES RI.....	21
Gambar 3.2. “5 a day” yang diadakan oleh Super Indo Bekasi	56
Gambar 3.3. Poster event “Buavita <i>Fruit Hour</i> ”(kiri) dan “ <i>Be Fruitarian with Buavita</i> ”(kanan)	57
Gambar 3.4. Acara Buavita <i>Giant Juice Bar</i>	57
Gambar 4.1. Logo kampanye	68
Gambar 4.2. Font logo kampanye	69
Gambar 4.3. Warna logo kampanye.....	70
Gambar 4.4. <i>Logo grid</i>	70
Gambar 4.5. Logo event	71
Gambar 4.6. Font logo event	72
Gambar 4.7 Warna yang dipakai dalam logo event	72
Gambar 4.8. Poster informing versi 1	73
Gambar 4.9. Versi poster informing	74
Gambar 4.10. Cara Kerja Antioksidan.....	75
Gambar 4.11. Penyusunan buah dan sayuran yang digunakan	75
Gambar 4.12. Poster event	76
Gambar 4.13. Website halaman beranda.....	77

Gambar 4.14. Website halaman tentang kami	77
Gambar 4.15. Website halaman 5 warna	78
Gambar 3.16. Website halaman acara.....	79
Gambar 4.17. Website halaman FAQ	79
Gambar 4.18. Website halaman resep.....	80
Gambar 4.19. Aplikasi website	81
Gambar 4.20. Web banner	81
Gambar 4.21. Aplikasi web banner.....	82
Gambar 4.22. Brosur	83
Gambar 4.23. Bentuk lipatan brosur	84
Gambar 4.24. Iklan majalah 1 halaman	85
Gambar 4.25. Iklan majalah ½ halaman	85
Gambar 4.26. Stand 5 warna	86
Gambar 4.27. X-banner.....	87
Gambar 4.28. <i>Backdrop</i>	88
Gambar 4.29. Umbul-umbul	89
Gambar 4.30. <i>Nutrition fact</i>	89
Gambar 4.31. Aplikasi <i>nutrition fact</i>	90
Gambar 4.32. Ambient troli persuading.....	90
Gambar 4.33. Aplikasi ambient troli bagian luar.....	91

Gambar 4.34. Aplikasi ambient troli bagian dalam	91
Gambar 4.35. <i>Ambient media</i> troli <i>reminding</i>	92
Gambar 4.36. Alas gelas	93
Gambar 4.37. Talenan	94
Gambar 4.38. Tas ramah lingkungan	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Skema perancangan.....	5
Tabel 2.1. Model kampanye Ostergaard	9
Tabel 2.2. Bagan P proses	15
Tabel 2.3. Tabel media promosi kesehatan.....	17
Tabel 3.1. Hasil presentase kuesioner nomor 1 dan 2.....	43
Tabel 3.2. Hasil presentase kuesioner nomor 3 dan 4.....	44
Tabel 3.3. Hasil presentase kuesioner nomor 5.....	45
Tabel 3.4. Hasil presentase kuesioner nomor 6.....	46
Tabel 3.5. Hasil presentase kuesioner nomor 7.....	46
Tabel 3.6. Hasil presentase kuesioner nomor 8.....	47
Tabel 3.7. Hasil presentase kuesioner nomor 9.....	48
Tabel 3. 8. Hasil presentase kuesioner nomor 10.....	48
Tabel 3.9. Hasil presentase kuesioner nomor 11 dan 12.....	49
Tabel 3.10. Hasil presentase kuesioner nomor 13.....	50
Tabel 3.11. Hasil presentase kuesioner nomor 14.....	52
Tabel 3.12. Iklan yang menarik untuk ibu rumah tangga	55

Tabel 4.1. Timeline kampanye.....	95
Tabel 4.2. Budgeting kampanye	99