

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Manfaat Perancangan.....	3
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.6 Skema Perancangan	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 <i>Shopaholic</i>	6
2.1.1 Penyebab <i>Shopaholic</i>	6
2.1.2 Gejala-gejala <i>Shopaholic</i>	7
2.1.3 Dampak dari <i>Shopaholic</i>	8
2.1.4 Gangguan Obsesif Kompulsif.....	8
2.2 Kampanye	9
2.2.1 Perencanaan Kampanye	10
2.2.2 Faktor-faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye.....	10
2.2.3 Kampanye Sosial	12

2.2.4 Model Keyakinan Kesehatan (Health Belief Model).....	13
2.3 Komunikasi.....	14
2.3.1 Macam-macam Komunikasi.....	14
2.4 Desain Komunikasi Visual	20
2.4.1 Tahapan Membuat Desain Komunikasi Visual	21
2.5 Komunikasi Massa.....	21
2.6 Mengidentifikasi Peluang Pemasaran dengan STP.....	22

BAB III DATA DAN ANALISIS FAKTA

3.1 Data dan Fakta	23
3.1.1 Fenomena <i>Shopaholic</i> yang Terjadi.....	23
3.1.2 Remaja	24
3.1.3 Perkembangan Psikososial.....	25
3.1.4 Penderita <i>Shopaholic</i>	25
3.1.5 Pengaruh Teman Sebaya.....	26
3.2 Data Wawancara	27
3.2.1 Wawancara Kepada Praktisi Psikologi dan Pendiri Servo Clinic.....	27
3.2.2 Wawancara Kepada Penderita yang Selamat dari <i>Shopaholic</i>	28
3.2.3 Kuesioner/Angket	29
3.3 Tinjauan Terhadap Proyek / Permasalahan Sejenis.....	36
3.4 Segmenting, Targeting, Positioning.....	37
3.5 SWOT	38
3.6 Perusahaan Dan Lembaga Terkait	38

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	41
4.2	Konsep Kreatif.....	42
4.3	Konsep Media.....	43
	4.3.1 Jenis Media Yang Digunakan.....	43
	4.3.2 Budgeting.....	45
4.4	Hasil Karya.....	46
	4.4.1 Logo.....	46
	4.4.2 Timeline Kampanye.....	47
	4.4.2.1 Tahapan Awareness.....	48
	4.4.2.2 Tahapan Knowledge.....	49
	4.4.2.3 Tahapan Attitude.....	52
	4.4.2.4 Website.....	59
	4.4.2.5 Jejaring Sosial.....	60

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	62
-----	-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Pertanyaan Satu Kuesioner (Memanfaatkan bonus).....	29
Tabel 2.	Pertanyaan Dua Kuesioner (<i>Sale</i> toko favorit)	30
Tabel 3.	Pertanyaan Tiga Kuesioner (Pengeluaran lebih besar dari <i>budget</i>)... ..	30
Tabel 4.	Pertanyaan Empat Kuesioner (Kegiatan sepulang sekolah)	31
Tabel 5.	Pertanyaan Lima Kuesioner (Cara menabung).....	31
Tabel 6.	Pertanyaan Enam Kuesioner (Cara menghindari kemarahan Ortu)..	32
Tabel 7.	Pertanyaan Tujuh Kuesioner (Gaya Belanja)	33
Tabel 8.	Pertanyaan Delapan Kuesioner (Kegiatan akhir pekan).....	33
Tabel 9.	Pertanyaan Sembilan Kuesioner (Tabungan menipis).....	34
Tabel 10.	Pertanyaan Sepuluh Kuesioner (Media)	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Poster Permasalahan Sejenis.....	36
Gambar 4.1	Logo	46
Gambar 4.2	Timeline Kampanye.....	47
Gambar 4.3	Print Ad Awareness 1	48
Gambar 4.4	Print Ad Awareness 2	48
Gambar 4.5	Print Ad Awareness 3	48
Gambar 4.6	Print Ad Knowledge 1	49
Gambar 4.7	Print Ad Knowledge 2	49
Gambar 4.8	Print Ad Knowledge 3	50
Gambar 4.9	Artikel Majalah	51
Gambar 4.10	Artikel Majalah	51
Gambar 4.11	Artikel Majalah	51
Gambar 4.12	Poster Event	52
Gambar 4.13	Flyer Event.....	53
Gambar 4.14	Goodie Bag	54
Gambar 4.15	Booklet.....	55
Gambar 4.16	Pin	55
Gambar 4.17	T-shirt.....	56
Gambar 4.18	Diary	57
Gambar 4.19	Ambience Media.....	57
Gambar 4.20	Website	59
Gambar 4.21	Twitter.....	60
Gambar 4.22	Facebook	60