

ABSTRACTION

In this paperwork the author will discuss about the differences in narcissistic and self-confidence for teen and things that influence it. In discussing this theme the author aims to explain the difference and explain that being confident is much better than on a merely narcissistic. The purpose of the discussion of this theme is for the teen not to be narcissistic but confident. This paperwork used by researched method as direction or indirection for discussion and answer this problem. . from the researched , it can take the conclusion that, to make teenagers not become narcissistic use a simple way but could easily touch the adolescent is to be confident.

ABSTRAKSI

Dalam makalah ini penulis akan membahas tentang perbedaan narsis dan percaya diri untuk remaja dan hal-hal yang mempengaruhinya. Dalam membahas tema ini penulis bertujuan untuk memaparkan perbedaannya dan menjelaskan bahwa menjadi percaya diri jauh lebih baik dari pada menjadi sekedar narsis. Tujuan pembahasan tema ini adalah agar para remaja tidak menjadi narsis melainkan percaya diri. Makalah ini menggunakan metode penelitian secara tidak langsung untuk membahas dan menjawab masalah. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, untuk membuat remaja tidak menjadi narsis digunakan cara yang simple namun bisa dengan mudah menyentuh remaja yaitu dengan menjadi percaya diri.

DAFTAR ISI

Cover Dalam	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Hasil Karya Pribadi	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian	iv
Abstraction	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	x
Daftar Diagram	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Rumusan Masalah	3
1.2.2 Ruang Lingkup Masalah	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 Pengertian Kampanye	5
2.1.1 Jenis Jenis Kampanye	6
2.1.2 Perencanaan Kampanye	7
2.1.3 Strategi Kampanye	8
2.2 Pengertian Narsisistik	8
2.2.1 Penyebab Narsisistik	11
2.2.2 Gejala Narsisistik	13

2.3 Pengertian Percaya Diri	14
2.3.1 Ciri-Ciri Percaya diri	15
2.3.2 Cara Menumbuhkan Percaya Diri	16
BAB III DATA DAN ANALISI DATA	
3.1 Data dan Fakta	18
3.1.1 Profil Lembaga dan Badan terkait	18
3.1.1 WHO Indonesia	18
3.1.2 GMH	21
3.1.3 <i>Psy Center</i>	22
3.1.4 Kemdiknas	23
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	24
3.1.3 Wawancara	27
3.1.4 Kuesioner	30
3.1.4.1 Kuesioner Secara Langsung	30
3.1.4.2 Kuesioner Menggunakan Jejaring Sosial	33
3.1.5 Tokoh Narsisistik	34
3.1.6 Tokoh Percaya Diri	36
3.1.7 Kasus Nyata Penderita Narsisistik Sam Bemoans	38
3.2 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	39
3.2.1 Segmentasi Pasar	43
3.2.2 Target Pasar	44
3.2.3 Analisis SWOT	44
3.2.4 Kampanye	45
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	47
4.1.1 Strategi Komunikasi	48
4.2 Konsep Kreatif	49
4.3 Konsep Media	52
4.4 Hasil Karya	54

4.4.1 Logo	54
4.4.2 <i>Conditioning</i>	56
4.4.3 <i>Informing</i>	59
4.4.4 <i>Reminding</i>	68
4.5 <i>Budget</i>	74
BAB V KESIMPULAN	76
Daftar Pustaka	78
Daftar Istilah	80
Lampiran	81
Data Penulis	82
Ucapan Terimakasih	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.4.1.1	18
Gambar 3.1.1.2.1	21
Gambar 3.1.1.3.1	22
Gambar 3.1.1.4.1	23
Gambar 3.1.2.1	25
Gambar 3.1.2.2	26
Gambar 3.1.2.3	26
Gambar 3.1.2.4	27
Gambar 3.1.5.1	35
Gambar 3.1.6.1	36
Gambar 4.2.1	50
Gambar 4.2.2	51
Gambar 4.4.1.1	54
Gambar 4.4.1.2	54
Gambar 4.4.2.1	57
Gambar 4.4.2.2	58
Gambar 4.4.3.1	59
Gambar 4.4.3.2	61
Gambar 4.4.3.3	62
Gambar 4.4.3.4	63
Gambar 4.4.3.5	64
Gambar 4.4.3.6	65
Gambar 4.4.3.7	66
Gambar 4.4.3.8	67
Gambar 4.4.4.1	68
Gambar 4.4.4.2	69
Gambar 4.4.4.3	70

Gambar 4.4.4.4	70
Gambar 4.4.4.5	70
Gambar 4.4.4.6	72
Gambar 4.4.4.7	73
Gambar 4.4.4.8	73

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.5.1	4
Diagram 3.1.4.1.1	31
Diagram 3.1.4.1.2	31
Diagram 3.1.4.1.3	32
Diagram 3.1.4.1.4	32
Diagram 3.1.4.2.1	33
Diagram 3.1.4.2.2	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1	31
Tabel 4.1.1.1	49
Tabel 4.3	52