

ABSTRAKSI

Krisis Sumber Daya Manusia Indonesia merupakan salah satu masalah yang sedang dihadapi oleh negara pada saat ini. Minimnya kualitas SDM Indonesia sangat berpengaruh pada kelangsungan hidup negara. Faktor ekonomi ditenggarai menjadi penyebabnya, namun terdapat faktor yang paling hakiki bagi manusia, yaitu kesehatan. Tanpa tubuh yang sehat maka segala jenis aktivitas tidak akan maksimal. Dalam kenyataannya tingkat kesehatan dan gizi di Indonesia dalam taraf memprihatinkan. Hal ini menjadi permasalahan yang cukup pelik, mengingat persaingan yang harus dihadapi dalam era globalisasi.

Susu merupakan minuman alami penuh gizi yang dapat dikonsumsi oleh manusia tanpa batasan usia. Susu dipercaya dapat meningkatkan kualitas SDM, karena dengan meminum susu disertai aktivitas positif akan memberikan dampak yang baik bagi tubuh manusia. Namun tingkat konsumsi susu di Indonesia tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga yang sama-sama sedang berkembang. Untuk itu perlu digalang upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap susu.

Susu menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kualitas SDM. Namun hal itu tidaklah mencukupi, diperlukan juga kesadaran akan pola hidup sehat sehingga tubuh dapat menyerap semua manfaat dari susu. Pola hidup yang sehat disertai dengan konsumsifitas susu secara rutin membuat kualitas individu Indonesia semakin meningkat guna menghadapi persaingan global.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Ruang Lingkup Perancangan	5
1.6 Sumber & Tehnik Pengumpulan Data	5
1.6.1 Sumber Data.....	5
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	6
1.6.3 Tabel Kerangka Berpikir.....	6
BAB II TINJAUAN MASALAH	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.2 Kampanye	9
2.1.2.1 Definisi.....	9
2.1.2.2 Model-model Kampanye.....	10
2.2 Tinjauan Empirik (Faktual).....	12

2.2.1 Definisi Budaya & Kebudayaan.....	12
2.2.2 Definisi Susu	14
2.2.3 Budaya Meminum Susu di Dunia Internasional	16
2.2.4 Budaya Meminum Susu di Indonesia	17
2.2.5 Remaja Sebagai Cerminan SDM di Indonesia.....	18
2.2.6 Departemen Kesehatan Republik Indonesia	23
2.3 Gagasan Awal	24
BAB III PEMECAHAN MASALAH.....	26
3.1 Objek Perancangan.....	26
3.2 <i>Target Audience</i>	27
3.3 Konsep Perancangan	27
3.3.1 Perencanaan Media (Strategi Media).....	27
3.3.1.1 Pengertian Media	27
3.3.1.1.1 Poster.....	27
3.3.1.1.2 <i>Billboard</i>	27
3.3.1.1.3 <i>Banner / Spanduk</i>	28
3.3.1.1.4 <i>Print-ad</i>	28
3.3.1.1.5 <i>Website</i>	28
3.3.1.1.6 <i>Gimmick</i>	28
3.3.1.2 Tujuan Media	28
3.3.1.2.1 Jangkauan Media.....	28
3.3.1.2.2 Frekuensi Media.....	29
3.3.1.2.3 Kesenambungan Media	29
3.3.1.3 Strategi Pemilihan Media.....	29
3.3.1.3.1 Media Primer (Media Utama)	29
3.3.1.3.1.1 Poster.....	29
3.3.1.3.1.2 <i>Billboard</i>	29
3.3.1.3.1.3 <i>Banner</i>	30
3.3.1.3.1.4 <i>Web Banner</i>	30
3.3.1.3.1.5 <i>Website</i>	30

3.3.1.3.2 Media Sekunder (Media Pendukung)	31
3.3.1.3.2.1 <i>Print Media</i> (Brosur, Leaflet, <i>X-Banner</i> , dan lain-lain)	31
3.3.1.3.2.2 <i>Gimmick / Merchandise</i>	31
3.3.1.4 Rencana Pemakaian Media	31
3.3.1.5 Alasan Pemilihan Media	32
3.3.2 Perencanaan Kreatif (Strategi Kreatif).....	32
3.3.2.1 Konsep Verbal.....	35
3.3.2.2 Konsep Visual	35
3.3.3 Biaya Media/ <i>Budgeting</i>	38
3.3.4 Visualisasi Karya	39
3.3.4.1 Poster.....	39
3.3.4.2 <i>Billboard</i>	44
3.3.4.3 <i>Banner</i> (Spanduk)	45
3.3.4.4 <i>Web Banner</i>	46
3.3.4.5 <i>Website</i>	46
3.3.4.6 <i>Print Media</i>	48
3.3.4.7 <i>Gimmick</i>	49
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	56
4.1 Kesimpulan	56
4.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	xiv
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xv
DATA PENULIS	xvii
LAMPIRAN.....	xviii

DAFTAR TABEL

<i>Model Kampanye Ostergaard</i>	10
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Mind Mapping [Pemecahan Masalah]	xix
Media Distribution Timeline.....	xx
Manual Sketches	xxi
Sketches	xxii
Lembar Asistensi Pembimbing I.....	xxiii
Lembar Asistensi Pembimbing II	xxv
Lembar Asistensi Konsultan	xxvi