

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah.....	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan&Manfaat Perancangan	3
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	3
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGATASI PENYAKIT MAAG	5
II.1 CSR	5
II.1.1 PT. Kalbe Farma Tbk	5
II.2.1 Program CSR.....	6
II.2.2 Program Pada Penyakit Maag	8
II.2.3 Produk Kalbe	9
II.3 Penyakit Maag	10
II.3.1 Penyebab Penyakit Maag	11
II.4 Stres	13
II.4.1 Aspek-Aspek Stres	13
II.5 Lambung.....	14

II.5.1 Anatomi Fisiologi Lambung.....	14
II.6 Macam-Macam Penyakit Lambung	17
II.7 Jenis-Jenis Maag.....	19
II.8 Analisis 5W+1H.....	21
II.9 Persepsi Masyarakat Tentang Maag	22
II.10 Isu Tentang Maag	26
II.11 Opini Pakar Tentang Maag.....	26
II.12 Resume	26
II.13 Solusi Perancangan.....	25
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....	27
III. Target Audience	27
III.1.1 Demografis.....	27
III.1.2 Geografis	27
III.1.3 Psikografis.....	27
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	28
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	28
III.2 Strategi Perancangan.....	29
III.2.1 Kampanye	30
III.2.2 Jenis-Jenis Kampanye	29
III.2.3 Teknik Komunikasi Kampanye.....	32
III.3 Strategi Komunikasi.....	32
III.3.1 Tujuan Komunikasi.....	33
III.3.2 <i>Steatment Positioning</i>	33
III.3.3 <i>What To Say</i>	33
III.3.4 Pendekatan Komunikasi.....	33
III.3.5 Pendekatan Verbal	34
III.3.6 Pendekatan Visual.....	34
III.4 Strategi Kreatif.....	34
III.4.1 Sifat Pesan.....	35
III.4.2 Gaya Bahasa.....	35
III.4.3 AISAS	36

III.4.4 <i>Keyword & Keyvisual</i>	37
III.4.5 <i>Copywriting</i>	38
III.5 Mandatory	39
III.6 Strategi Media	40
III.6.1 Strategi Distribusi & Waktu Penyebaran Media	41
III.7 Konsep Visual	42
III.7.1 Tata Letak (<i>Layout</i>)	42
III.7.2 Ilustrasi	43
III.7.3 Tipografi	47
III.7.4 Warna	48
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	45
IV.1 Media Utama	45
IV.2 Teknis Produksi	45
IV.2.1 Pra Produksi	45
IV.2.2 Produksi	47
IV.2.3 Pasca Produksi	49
IV.2.3 Screenshoot Iklam Kampanye Sosial #MenolakMaag	49
IV.2.3 Media Pendukung	52
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	58
V.1 Kesimpulan	58
V.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61