

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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 dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. KONSUMSI VITAMIN DI MASYARAKAT	5
II.1. Landasan Teori	5
II.1.1. Imunitas Tubuh	5
II.1.2. Vitamin.....	5
II.1.2. Jenis-jenis Vitamin	6
II.2. Objek Penelitian	7
II.2.1. Meningkatkan Imunitas Tubuh	7
II.2.2. Jenis-jenis Vitamin untuk Imunitas Tubuh	10
II.2.3. Vitamin yang Bersumber dari Makanan Bergizi	13
II.3. Analisis Permasalahan	16
II.3.1. Wawancara Ahli	16
II.3.2. Hasil Kuesioner	19

II.3.3. Analisis Studi Literatur	26
II.3.4. Analisis Visual Media Kampanye Terdahulu Mengenai Konsumsi Vitamin	28
II.4. ResUME	30
II.5. Solusi Perancangan	32
 BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	33
III.1. Khalayak Sasaran	33
III.1.1. Demografis	33
III.1.2. Geografis	35
III.1.3. Psikografis	35
III.1.4. <i>Consumer Insight</i>	36
III.1.5. <i>Consumer Journey</i>	36
III.2. Strategi Perancangan	38
III.2.1. Tujuan Komunikasi	38
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	39
III.2.3. <i>Mandatory</i>	40
III.2.4. Materi Pesan	42
III.2.5. Gaya Bahasa	42
III.2.6. Strategi Kreatif	43
III.2.7. Strategi Media	46
III.2.7.1. Media Utama	46
III.2.7.2. Media Pendukung	47
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	51
III.3. Konsep Visual	53
III.3.1. Format Desain	53
III.3.2. Tata Letak (<i>layout</i>)	54
III.3.3. Tipografi	55
III.3.4. Ilustrasi	57
III.3.5. Warna	59
III.3.6. Identitas Kampanye	60

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	61
IV.1. Media Utama	61
IV.1.1. Teknis Produksi Media	61
IV.2. Media Pendukung	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
V.1. Kesimpulan	80
V.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85