

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	5
I.5.1 Tujuan Perancangan	5
I.5.2 Manfaat Perancangan	5
BAB II. BAHAYA GULA PADA MINUMAN KEMASAN	6
II.1 Landasan Teori	6
II.1.1 Kesehatan	6
II.1.2 Pola Hidup	6
II.1.3 Gula	6
II.1.4 Jenis-jenis Gula	8
II.1.5 Fungsi Gula Dalam Tubuh	11
II.1.5 Indeks Glikemik	12
II.1.6 Istilah Gula Pada Kemasan Pangan	12
II.1.7 Produk Minuman Berpemanis	13
II.1.8 Perilaku Konsumen	13

II.1.9 Perilaku Adiksi	14
II.1.10 Psikologis Perilaku Adiktif.....	15
II.1.11 Produksi Hormon.....	15
II.1.12 Penyakit yang ditimbulkan	16
II.2 Objek Penelitian	21
II.2.1 Konsumsi Gula Berlebih	21
II.2.2 Proporsi Pola Konsumsi	21
II.2.3 Studi Kasus Konsumsi Minuman Manis Dalam Kemasan.....	23
II.2.4 Studi Kasus Konsumsi Gula Berlebih Pada Masyarakat.....	26
II.2.5 Minuman Kemasan Tinggi Gula	31
II.2.6 Program Kampanye Kementrian Kesehatan	33
II.3 Analisis Permasalahan	36
II.3.1 Analisis Wawancara.....	36
II.3.2 Analisis Kuesioner.....	41
II.3.3 Analisis 5W+1H	51
II.4 Resume	52
II.5 Solusi Perancangan.....	54
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	55
III.1 Khalayak Sasaran	55
III.1.1 <i>Consumer Insight</i>	57
III.1.2 <i>Consumer Journey</i>	57
III.2 Strategi Perancangan.....	60
III.2.1 Tujuan Komunikasi	60
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	61
III.2.3 Mandatory	62
III.2.4 Materi Pesan.....	63
III.2.5 Gaya Bahasa.....	63
III.2.6 Strategi Kreatif.....	64
III.2.7 Strategi Media	67
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	72
III.3 Konsep Visual	74

III. 3.1 Format Desain	74
III.3.2 Tata Letak Desain.....	76
III.3.3 Tipografi.....	86
II.3.4 Ilustrasi	87
II.3.5 Warna.....	90
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	92
IV.1 Teknis Produksi	92
IV.1.1 Perangkat Produksi.....	92
IV.1.2 Teknis Produksi Video Iklan.....	92
IV.2 Media Utama	95
IV.3 Media Pendukung.....	99
IV.3.1 Media AISAS	99
IV.3.2 Media Pendukung Lainnya.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
V.1 Kesimpulan	113
V.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	120