DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....
LEMBAR PUBLIKASI.....

KATA PENGANTAR..... i

ABSTRAK..... ii

ABSTRACT..... iii

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR GAMBAR..... v

DAFTAR TABEL..... vi

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1 .2. Identifikasi Masalah 2

1.3. Rumusan Masalah 3

1.4. Batasan Masalah 3

1.5. Tujuan Dan Manfaat Perancangan..... 3

BAB II :

EDUKASI PENGGUNAAN OBAT BERLEBIH KEPADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG

II.1. Pengobatan Diri Sendiri 4

II..1.1. Obat 4

II.1.2. Jenis – jenis Obat 5

II.1.3. Obat Bebas..... 16

II.1.4 Obat Bebas Terbatas..... 16

II.1.5. Perbedaan Obat Dengan Suplemen 17

II.1.6. Dampak Konsumsi Obat Berlebih 17

II.2. Gema Cermat (Gerakan Masyarakat Cerdas menggunakan Obat) 18

II.2.1 Pencegahan 20

II.3. Analisis Masalah 20

II.4. khalayak umum..... 23

II.4. Resume 23

BAB III :

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan..... 25

III.1.1 Tujuan komunikasi..... 25

III.1.2 Pendekatan Komunikasi..... 25

Pendekatan Verbal..... 26

Pendekatan Visual..... 26

III.1.3 Materi pesan..... 26

III.1.3.1 Mandatory..... 27

III.1.4 Gaya Bahasa..... 27

III.1.4.1 Copywriting..... 27

III.1.5.1 Consumer insight..... 28

III.1.5.2 Consumer Journey..... 28

III.1.5.3 Indikator Konsumen..... 29

Demografis..... 29
Psikografis..... 30
Geografis..... 30
Data sekunder..... 30
III.1.6 Strategi Kreatif..... 30
Attantion..... 31
Interest..... 31
Search..... 31
Action..... 32
Share..... 32
III.1.7 Strategi Media..... 32
Media utama..... 32
Media pendukung..... 33
Hashtag..... 34
Ambient media..... 34
Aplikasi lingkungan..... 35
Poster..... 35
Stand banner..... 36
Merchendise..... 36
Flyer..... 37
III.1.8 Strategi distribusi..... 38
III.2 Konsep visual..... 39
III.2.1 Format desain..... 39
III.2.2 tata letak..... 39

III.2.3 Huruf..... 41

III.2.4 Warna..... 43

III.2.5 Ilustrasi..... 42

BAB IV :

MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama..... 44

IV.1.1 Perangkat Produksi..... 44

IV.1.2 Teknis Produksi..... 45

storyline..... 45

storyboard..... 46

Produksi Video infografis animasi..... 48

Pasca prosuksi..... 49

IV.2 media pendukung..... 51

Ambient media..... 51

Media lingkungan..... 51

Internet..... 54

Merchandise..... 56