DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan Penelitian 3
I.6 Manfaat Penelitian 3

BAB II KAMPANYE SOSIAL MENDUKUNG PROGRAM WAJIB BPJS KESEHATAN 2019 4
II.1 Lembaga Sosial 4
II.1.1Kesejahteraan Umum 4
II.1.2 Sistem Jaminan Sosial 4
II.1.3 Sistem Jaminan Sosial Nasional 5
II.2 Badan Penyelengara Jaminan Sosial kesehatan 6
II.2.1 Sejarah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan 6
II.3 Kampanye 12
II.3.1 Pengertian Kampanye 13
II.3.2 Jenis- jenis Kampanye 15
II.4 Perilaku konsumen 17

II.4.1 Persepsi Konsumen 17
II.4.2 Pemahaman Program pemerintah kesehatan baru 18
II.5 Data Lapangan 19
II.5.1 Metode Analisa 21
II.6 Pengertian Target khalayak Sasaran 27
II.6.1 Target Khalayak Sasaran 28
II.7 Resume Temuan 29
II.7.1 Penyelesaian Masalah 30
II.7.2 Solusi Prakira Permasalahan 30

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 32
III.1 Strategi perancangan 32
III.1.1 Tujuan Komunikasi 33
III.1.2 Pendekatan Komunikasi 33
III.1.3 Materi Pesan 35
III.1.4 Gaya Bahasa 35
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 36
III.1.5.1 *Consumer Insight* 36
III.1.5.2 *Consumer Journey* 37
III.1.5.3 Indikator *Audiens* 41
III.1.6 Strategi Kreatif 43
III.1.7 Strategi Media 44
III.1.8 Strategi Distribusi 46
III. 2 Konsep Visual 50
III. 2.1 Format Desain 51
III. 2.2 Tata Letak (Layout) 51
III. 2.3 Huruf 52
III. 2.4 Fotografi 53
III. 2.5 Ilustrasi 54
III. 2.6 Warna 57

BAB IV TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA 59
IV.1 Teknis Produksi 59
IV.2 Media Utama 60
IV.2.1 *Ambient* Meja Gebrakan 60
IV.3 Media Pendukung 61
IV.3.1 Ambient kaos 61
IV.3.2 Poster 62
IV.3.3 Spanduk 62
IV.3.4 Brosur 63
IV.3.5 *X-Banner* 64
IV.3.6 Kalender 65
IV.3.7 Peta Kreatif 66
IV.3.8 Stiker 66
IV.3.9 Kipas 67
IV.3.10 Jam Dinding 67
IV.3.11 Tas selempang 68

DAFTAR PUSTAKA 69
LAMPIRAN 71