DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
SURAT PERNYATAAN EKSKLUSIF ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR ix
BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 4
I.3 Rumusan Masalah 4
I.4 Batasan Masalah 5
I.5 Tujuan Perancangan 5
BAB II ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DONOR DARAH PADA BULAN RAMADHAN
II.1 Kampanye 6
II.1.1 Jenis-jenis Kampanye 6
II.2Tayangan Televisi 7
II.2.1 pengertian Televisi 7
II.2.2 Kekuatan dan kelemahan Televisi 8
II.3 PMI 9
II.4 Donor darah PMI 10
II.4.1 Pengertian Donor Darah 10
II.4.2 Jenis Donor Darah menurut PMI 11
II.4.3 Prosedur Donor DarahMenurut PMI 12
II.4.4 Manfaat Donor Darah 15
II.4.5 Rumor Terkait Donor Darah 17
II.4.6 Data Jumlah Terkait Donor Darah 17
II.4.7 Persoalan Terkait DonorDarah 19
II.5 Donor Darah Bulan Ramadhan 20

II.6 Studi Target Audiens 21
II.7 Analisa Permasalahan 22
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan 24
III.1.1 Pendekatan Komunikasi 24
III.1.1.1 Pendekatan Komunikasi Visual 25
III.1.1.2 Pendekatan Komunikasi Verbal 25
III.1.2 Strategi Kreatif 26
III.1.3 Strategi Media 30
III.1.4 Strategi Distribusi 31
III.2 Konsep Visual 31
III.2.1 Format Desain 31
III.2.2 Tipografi 32
III.2.3 Ilustrasi 33
III.2.4 Warna 33
III.2.5 Penokohan 33
BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA
IV.1 Teknis Perancangan 34
IV.1.1 Pra Produksi 34
IV.1.1 Produksi 35
IV.1.1 Pasca Produksi 35
IV.2 Media Utama 36
IV.2.1 Iklan Layanan Masyarakat 36
IV.3 Media Pendukung 37
IV.3.1 Poster 37
IV.3.2 Leaflet 38
IV.3.3 Facebook 38
IV.3.4 Twetter 39
IV.3.5 Youtube 39
IV.3.6 Iklan Radio 40
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN