DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 1
I.3 Rumusan Masalah 2
I.4 Tujuan Perancangan 3

BAB II PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGYA PERAWATAN KEHAMILAN UNTUK IBU *PRIMIGRAVIDA*
II.1 Kampanye 4
II.1.1 Fungsi Kampanye 5
II.1.2 Jenis-jenis Kampanye 5
II.1.3 Landasan Kegiatan Kampanye 7
II.1.4 Persuasi Sebagai Titik Tolak Kampanye 7
II.1 Iklan 8
II.3 Kehamilan 10
II.3.1 Tanda Kehamilan Pasti, Tidak pasti, Kemungkinan 11
II.3.2 Tanda kehamilan Pasti 12
II.3.3 Tanda-tanda mungkin hamil 13
II.3.4 Gejala kehamilan tidak pasti (keluhan pasien) 14
II.3.5 Faktor yang mempengaruhi kehamilan 15

II.3.5.1 Faktor fisik 15
II.3.5.2 Faktor Psikologis 16
II.3.5.3 Faktor lingkungan sosial, budaya dan ekonomi 16
II.3.6 Tanda bahaya dalam kehamilan 17
II.4 Perawatan (*maintenance*) 19
II.5 Ibu Hamil 19
II.6 *Primigravida* 20
II.7 Analisis 5W+1H 20
II.8 Opini Masyarakat Tentang Tanda Bahaya Pada Kehamilan 22
II.9 Target Khalayak 23

BAB III TRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan 24
III.1.1 Tujuan Komunikasi 23
III.1.1.1 Tahap Persuasif (mengajak) 24
III.1.1.2 Strategi Komunikasi 24
III.1.1.3 Pendekatan Visual 24
III.1.1.4 Pendekatan Verbal 25
III.1.2 Strategi Kreatif 25
III.1.3 Strategi Media 27
III.1.3.1 Pemilihan Media 28
III.1.4 Strategi distribusi 29
III.2 Konsep Visual 30
III.2.1 Format Desain 31
III.2.2 Tipograhpy 31
III.2.3 Ilustrasi 31
III.2.3.1 Studi Karakter 32
III.2.3.2 Studi Latar 33
III.2.3.3 Studi Properti 35
III.2.4 Warna 36

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA
IV.1 Proses Perancangan 38

IV.2.1 Pra Produksi 38
IV.2.2 Produksi 40
IV.2 Teknis Media 40
IV.2.1 Media Utama 41
IV.2.2 Media Pendukung 45

DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 51