DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS ii

KATA PENGANTAR iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR ix

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 Perancangan..... 4

BAB II TINJAUAN APOTIK HIDUP DAN MEDIA KAMPANYE DI KOTA BANDUNG.....5

II.1 Pengertian Apotik Hidup 5

II.1.2 Tanaman Obat 6

II.1.3 Jenis Tanaman Obat..... 7

II.1.4 Manfaat Tanaman Obat 8

II.2 Kampanye 20

II.3 Perilaku Masyarakat Di Kota Bandung 20

II.3.1 Pengertian Masyarakat 20

II.3.2 Pola Hidup Masyarakat di Kota Bandung 21

II.4 Analisa Apotik Hidup Dipekarangan Rumah 23

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 24

III.1 Pendekatan Komunikasi 24

III.1.2 Tujuan Komunikasi 24

III.1.3 Pesan Utama Komunikasi 24

III.1.4 Target Kampanye 25

III.1.5 Strategi Kreatif 25

III.1.6 Strategi Media 26

III.1.6.1 Media Utama 26

III.1.6.2 Media Pendukung 27

III.1.7 Strategi Distribusi 29

III.2 Konsep Visual 30

III.2.1 Format Desain 30

III.2.2 Layout 30

III.2.3Tipografi 33

III.2.4 Ilustrasi 34

III.2.5 Warna 35

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 37

IV.I Media Utama 36

IV.I.I Buku

IV.II Media Pendukung 38

IV.II.I Poster 38

IV.II.II Flyer 39

IV.II.III T-Shirt 40

IV.II.IV MUG 41

IV.II.V Pin dan Gantungan Kunci 42

IV.II.VI Sticker 43

IV.II.VII X Banner 43

IV.II.VIII Sertifikat 44

IV.II.IV Lumpang 45

Daftar Pustaka 47