DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBARPERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK v
ABSTRAK vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR DIAGRAM ix

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

BAB II PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL AYAH ASI
II.1 Landasan Teori 6
II.1.1 Sejarah Ayah ASI 7
II.1.2 Peran Ayah 8
II.1.3 Definisi 9
II.1.4 Manfaat ASI 11
II.1.5 Fungsi Ayah ASI 13
II.1.6 Tumbuh Kembang Anak ASI 13
II.1.7 Perlindungan Hukum Bagi Ibu Menyusui 15
II.1.8 Analisis Objek 16
II.1.9 Fenomena Ayah ASI 16

II.1.10 Hasil Kuisioner Mengenai Ayah ASI.....17
II.1.11 Hasil Studi Literatur.....21
II.1.12 Hasil Observasi Mengenai Ayah ASI 23
II.1.13 Pandangan Masyarakat Mengenai Ayah ASI.....24
II.1.14 Ikhtisar Penelitian.....24
II.1.15Analisi Masalah dan Solusi 25

BAB III STRATEGI PERANCAN
III.1 Strategi Perancangan.....26
III.1.1 Tujuan Komunikasi.....26
III.1.2 Pendekatan Komunikasi.....27
III.1.3 Pendekatan Verbal 27
III.1.4 Pendekatan Visual.....28
III.1.5 Gaya Bahasa.....28
III.1.6 Khalayak Sasaran Perancangan 28
III.1.7 *Consumer Insight*.....30
III.1.8 Strategi Kreatif.....32
III.1.9 Strategi Media.....34
III.1.10 Konsep Visual.....38
III.1.11 Identitas Visual 39
III.1.12 Format Desain.....39
III.1.13 Tata Letak 40
III.1.14 Pemilihan Huruf.....41
III.1.15 Illustrasi 41
III.1.16 Warna 42

BAB IV TEKNIK PRODUKSI MEDIA DAN APLIKASI MEDIA
IV.1 Teknis Produksi 45

IV.1.1 Tampilan Media.....48
IV.1.2 Media Utama.....48
IV.1.3 *X-banner*.....52
IV.1.4 *Sticker*.....53
IV.1.5 *Mug*.....57
IV.1.6 Pin.....58
IV.1.7 *T-Shirt*.....59
IV.1.8 Bendera.....60
IV.1.9 Sertifikat.....61
IV.1.10 Facebook.....62
IV.1.11 Twitter.....63
IV.1.12 Youtbe.....64
IV.1.13 Instagram.....65

DAFTAR PUSTAKA.....66
LAMPIRAN.....67