DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii

KATA PENGANTAR iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* ..... v**

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 Latar Belakang Masalah 1

I.2 Identifikasi Masalah 4

I.3 Rumusan Masalah 5

I.4 Batasan Masalah 5

I.6 Tujuan dan Mafaat Perancangan 5

BAB II PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH (PERANCANGAN KAMPANYE RISIKO KEHAMILAN REMAJA MELALUI MEDIA VIDEO INFOGRAFIS)

II.1 PERILAKU SEKS BEBAS 6

II.1.1 Perilaku 6

II.1.2 Seks Bebas 8

II.2 REMAJA 15

II.2.1 Ciri Perkembangan Remaja 16

II.3 DAMPAK LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP REMAJA 17

II.3.1 Dampak Positif 18

II.3.2 Dampak Negatif 18

II.4 KEHAMILAN REMAJA DILUAR NIKAH 18

II.5 FAKTOR KEHAMILAN REMAJA DILUAR NIKAH 19

II.6 RISIKO DAN DAMPAK KEHAMILAN REMAJA DILUAR NIKAH 20

II.6.1 Pengertian Kehamilan Risiko Tinggi 21
II.6.1.1 Akibat Risiko Tinggi Kehamilan Usia Dibawah 20 Tahun 21
II.7 TEKANAN PSIKOLOGIS REMAJA 23
II.7.1 Risiko Psikologis.....23
II.8 KAMPANYE SOSIAL 25
II.8.1 Jenis-jenis Kampanye.....26
II.8.2 Fungsi Kampanye.....27
II.8.3 Persuasi Kampanye 27
II.8.4 Media Kampanye Mengenai Kehamilan Remaja.....27
II.9 MEDIA VIDEO INFOGRAFIS.....28
II.9.1 Pengertian.....28
II.9.2 Jenis-jenis Infografis 29
II.10 ANALISA DATA 30
II.11 WAWANCARA DENGAN NARASUMBER DAN KUISIONER DENGAN RESPONDEN.....30
II.11.1 Wawancara Dengan Narasumber Kepala Bidang KBKR Dikantor BKKBN Kota Bandung 30
II.11.2 Wawancara Dengan Narasumber Dokter Spesialis Anak Dirumah Sakit Khusus Ibu dan Anak Harapan Bunda.....31
II.11.4 Kasus atau Jumlah Angka Kehamilan Remaja Meningkat 31
II.11.5 Kuisioner Pengetahuan Responden Tentang Risiko Kehamilan Remaja...32
II.11.6 Pengetahuan Responden Mengenai Risiko Kehamilan Remaja.....32
II.11.7 Pengetahuan Masyarakat Tentang Dampak Yang Ditimbulkan. 33
II.11.7 Kuisioner Media Risiko Kehamilan Remaja.....34
II.12 RESUME 36
II.13 SOLUSI PERANCANGAN.....36

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....38
III.1 Khalayak Sasaran Perancangan 38
III.1.1 Target Audience.....38
III.1.2 *Consumer Insight*.....40

III.1.3 *Consumer Journey*. 41
III.2 STRATEGI PERANCANGAN 42
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....43
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....43
III.2.3 *Mandatory*.....44
III.2.4 Materi Pesan.....44
III.2.5 Gaya Bahasa.....45
III.2.6 Strategi Kreatif.....45
III.2.6.1 Metode Aisas.....46
III.2.6.2 *Copywriting*.....48
III.2.6.2 *Storyboard*.....48
III.2.7 Strategi Media 55
III.2.7.1 Media Utama.....55
III.2.7.2 Media Pendukung.....55
III.2.7.3 Strategi Distribusi Dan Waktu Penyebaran Media 58
III.3 KONSEP VISUAL 59
III.3.1 Format Desain 59
III.3.2 Tata Letak (*Layout)* 60
III.3.3 Tipografi 61
III.3.4 Ilustrasi 62
III.3.5 Warna 63
III.3.6 Audio 64
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 68
IV.1 Media Utama.....68
IV.1.1 Perangkat Produksi 68
IV.2 Teknis Produksi 69
IV.3 Media Pendukung 72
DAFTAR PUSTAKA.....84
LAMPIRAN.....87