DAFTAR ISI

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

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

BAB II SISTEM IMUN, *AUTOIMUN* DAN OPINI MASYARAKAT TERKAIT *AUTOIMUN*
II.1 Sistem Imun 5
II.1.1 Fungsi Respon Sistem Imun 6
II.1.2 Tiga Golongan Besar Sistem Imun 7
II.2 *Autoimun* 14
II.2.1 Penyebab *Autoimun* 15
II.2.2 Gejala Umum *Autoimun* 18
II.2.3 Kategori dan Jenis *Autoimun* 19
II.2.3.1 *Autoimmune Systemic* 19
II.2.3.2 *Autoimmune Organ Spesific* 25
II.3 Analisa 27

II.3.1 Data Responden 27
II.3.2 Wawancara Dengan Perwakilan Pengurus IMUNESIA 28
II.3.2.1 Latar Belakang IMUNESIA 29
II.3.2.2 Anggota IMUNESIA 30
II.3.3 Studi Dokumentasi 31
II.3.3.1 Penuturan Pasien *Autoimun* 31
II.3.3.2 Penjelasan Dokter spesialis Penyakit Dalam Konsultan *Reumatologi* Mengenai *Autoimun* 33
II.3.4 Kuisioner Pengetahuan Masyarakat kota Bandung Tentang *Autoimun* 34
II.3.4.1 Istilah *Autoimun* 34
II.3.4.2 Jenis-Jenis Penyakit *Autoimun* 35
II.3.4.3 Pendalaman tentang Jenis-Jenis Penyakit *Autoimun* 36
II.3.4.4 Penyebab Penyakit *Autoimun* 37
II.3.4.5 Gejala Penyakit *Autoimun* 38
II.3.4.6 Pengobatan Penyakit *Autoimun* 39
II.3.5 Kuisioner Media *Autoimun* 40
II.4 *Resume* 41
II.5 Solusi Perancangan 42

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN
III.1 Khalayak Sasaran 44
III.1.1 Demografis 44
III.1.2 Psikografis 45
III.1.3 Geografis 46
III.1.4 *Consumer Insight* 46
III.1.5 *Consumer Journey* 46
III.2 Strategi Perancangan 48
III.2.1 Tujuan Komunikasi 50
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 50
III.2.2.1 Pendekatan Visual 50
III.2.2.2 Pendekatan Verbal 51
III.2.3 *Mandatory* 51

III.2.4 Materi Pesan 51
III.2.5 Gaya Bahasa 52
III.2.6 Strategi Kreatif 52
III.2.6.1 Metode AISAS 52
III.2.6.2 *Copywriting* 54
III.2.6.3 *Storyline* 54
III.2.7 Strategi Media 57
III.2.7.1 Media Utama 57
III.2.7.2 Media Pendukung 57
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 59
III.3 Konsep Visual 60
III.3.1 Format Desain 60
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) 60
III.3.3 Tipografi 61
III.3.3 Ilustrasi 63
III.3.4 Warna 70
III.3.5 Audio 72

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI
III.1 Teknis Produksi 75
IV.1.1 Pra Produksi 75
IV.1.2 Produksi 77
IV.1.3 Pasca Produksi 80
IV.2 Konsep media dan desain 81
IV.2.1 Media Utama 81
IV.2.2 Media Pendukung 83

DAFTAR PUSTAKA 101
LAMPIRAN 104