DAFTAR ISI

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

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

BAB II PEMBAHASAN

II.1 Sejarah dan Pengertian Keluarga Berencana 5
1.1 Sejarah Singkat dan Pengertian KB 5
II.2 Jenis Jenis Kb 6
2.1 Jenis Kondom 6
2.2 Jenis Pil 7
2.1 Jenis Suntik 8
2.1 Jenis AKDR (Alat Kontrasepsi Dalam Rahim) 10
2.1 Jenis AKBK (Alat Kontrasepsi Bawah Kulit) 11
2.1 Jenis Tubektomi 12
2.1 Jenis Vasektomi 13
II.3 Media Informasi 15
II.4 Analisa Data 16

II.5 Target Audiens 18
5.1 Demografis 18
5.2 Geografis 18
5.1 Psikografis 19
II.5 Solusi Perancangan..... 19

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan..... 20
III.1.1 Tujuan Komunikasi..... 20
III.1.2 Pendekatan Komunikasi..... 20
1.1 Pendekatan Visual..... 20
1.2 Pendekatan Verbal 21
III.1.3 Materi Pesan..... 21
III.1.4 Khalayak Sasaran..... 21
1.1 *Consumer Insight* 21
1.2 *Consumer Journey* 21
1.3 Indikator Konsumen..... 22
III.1.5 Strategi Kreatif..... 22
1.1 *Attention*..... 23
1.2 *Interest*..... 23
1.3 *Search*..... 23
1.4 *Action*..... 24
1.5 *Share*..... 24
III.1.6 Strategi Media 24
1.1 *Attention*..... 25
1.2 *Interest*..... 25
1.3 *Search*..... 25
1.4 *Action*..... 25
1.5 *Share*..... 26
III.1.7 Strategi Distribusi..... 26
III.2 Konsep *Visual* 27

1.1 Logo Kampanye 27
1.2 Konsep Visual Media Utama 28
1.3 Konsep Visual *X-banner* 28
1.4 Konsep Visual *Banner* 29
III.2.1 Format Desain 29
III.2.2 Tata Letak..... 29
III.2.3 Jenis Huruf 30
III.2.4 Illustrasi..... 29
III.2.5 Warna 32

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.I Teknis Produksi Media..... 33
IV.2 Tampilan Media..... 34
2.1 *Attention*..... 34
2.2 *Interest*..... 36
2.3 *Search*..... 37
2.4 *Action*..... 38
2.5 *Share*..... 39
2.6 *Merchandise*..... 40

DAFTAR PUSTAKA 43
LAMPIRAN .....