DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN 1
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 Perancangan 3

BAB II KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA SARAPAN PAGI 5
II.1 Landasan Teori 5
II.1.1 Kampanye 5
II.1.2 Jenis-jenis Kampanye 5
II.1.3 Kesehatan Tubuh 6
II.1.4 Gizi dan Perananannya Dalam Tubuh 7
II.2 Objek Penelitian 13
II.2.1 Sarapan Pagi 13
II.2.2 Menu Sarapan Pagi 14
II.2.3 Waktu Ideal Untuk Sarapan 15
II.3 Analisa 15
II.3.1 Analisa 5W + 1H 16
II.3.2 Kuesioner 17

II.3.3 Wawancara 18
II.4 Resume 19
II.5 Solusi Perancangan 20

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 21
III.1 Khalayak Sasaran 21
III.1.1 Demografis 21
III.1.2 Psikografis 22
III.1.3 Geografis 22
III.1.4 *Consumer Insight* 22
III.1.5 *Consumer Journey* 23
III.2 Strategi Perancangan 24
III.2.1 Tujuan Komunikasi 25
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 25
III.2.3 *Mandatory* 26
III.2.4 Materi Pesan 27
III.2.5 Gaya Bahasa 27
III.2.6 Strategi Kreatif 28
III.2.7 Strategi Media 39
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 42
III.3 Konsep Visual 43
III.3.1 Format Desain 43
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) 44
III.3.3 Tipografi 45
III.3.4 Ilustrasi 45
III.3.5 Warna 51
III.3.6 Audio 52

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 53
IV.1 Media Utama 53
IV.1.2 Teknis Produksi 53
IV.2 Media Pendukung 58

IV.2.1 Poster Digital 58
IV.2.2 *Twibbon* 59
IV.2.3 *X-Banner* 60
IV.2.4 *Tumbler* 61
IV.2.5 *Box Rice* 61
IV.2.6 *Totebag* 62
IV.2.7 *Notebook* 63
IV.2.8 Gantungan Kunci 63
IV.2.9 Pin 64
IV.2.10 Stiker 65

DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN 69
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI 95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 96