

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Tugas Akhir	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xviii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	3
1.5 Batasan Perancangan	4
1.6 Tinjauan Teoristis	5
1.6.1 Perancangan	5
1.6.2 Teori Iklan Layanan Masyarakat	5
1.6.3 Teori Komunikasi	6
1.6.3.1 Unsur-Unsur Komunikasi	7
1.6.4 Tinjauan Pustaka Terkait Desain Komunikasi Visual	8

1.6.4.1 Unsur-Unsur Desain	8
1.6.4.2 Prinsip-Prinsip Desain	10
1.6.4.3 Teori Multimedia	13
1.6.4.4 <i>Motion Graphic</i>	14
1.6.4.5 Teori Fotografi	15
1.7 Metodologi Penelitian	16
1.7.1 Definisi Data yang Diperlukan	17
1.7.1.1 Data Primer	17
1.7.1.2 Data Sekunder	18
1.7.2 Metode Analisis Data 5W+1H	19

Bab II Identifikasi dan Analisis Data

2.1 Landasan Hukum	22
2.2 Lembaga Pemerintah Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan ...	23
2.3 Segmentasi Target Audience	26
2.3.1 Target Primer	26
2.3.2 Target Sekunder	26
2.4 Tinjauan Hasil Kuisisioner	27
2.5 Tinjauan Seputar Masalah.....	29
2.5.1 Jajanan Anak Sekolah	29
2.5.2 Media Informasi.....	33
2.5.3 Jenis-Jenis Bahan Tambahan Makanan Berbahaya dalam Jajanan Anak Sekolah.....	35
2.6 Studi Referensi Media Iklan Layanan Masyarakat	41
2.7 Analisis Data 5W+1H	44

2.8 Usulan Penyelesaian Masalah	47
---------------------------------------	----

Bab III Konsep Perancangan

3.1 Konsep Iklan Layanan Masyarakat	49
3.1.1 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat	49
3.1.2 Strategi Iklan Layanan Masyarakat	49
3.2 Konsep Komunikasi	49
3.2.1 Tujuan Komunikasi.....	49
3.2.2 Strategi Komunikasi.....	50
3.2.2.1 Pendekatan Isi Pesan	50
3.2.2. Strategi Kreatif.....	50
3.2.2.1 Penentuan “ <i>What to Say?</i> ” dan “ <i>How to Say?</i> ”	50
3.2.2.2 Sasaran Kreatif	51
3.2.2.3 Pengarahan Visual	52
3.2.2.4 <i>Who Should Say It?</i>	54
3.2.2.5 Desire Respon.....	54
3.3.4 Program Perancangan	55
3.3.4.1 Bentuk Pesan Pada Presentasi Digital	55
3.3.4.2 Bentuk Pesan Pada Media Cetak	60
3.3 Konsep Media	61
3.3.1 Tujuan Media	61
3.3.2 Strategi Media	61
3.3.2.1 Media Utama.....	61
3.3.2.2 Media Pendukung.....	62

3.3.3 Program Media	64
3.3.4 Media <i>Budgeting</i>	65
3.3.4.1 Biaya Kreatif	65
3.3.4.2 <i>Budgeting</i> Media Pendukung	65

Bab IV Desain dan Pengembangan

4.1 Penjaringan Ide Visual	67
4.1.1 Gambar yang Berhubungan Dengan Media Utama	68
4.1.1.1 Gambar Vektor	68
4.1.1.2 Image Foto	70
4.2 Proses Pengembangan Visual	73
4.2.1 <i>Digital Presentation</i>	73
4.2.2 <i>Layout Poster</i>	78
4.2.3 <i>Layout Notes</i>	79
4.2.3 <i>Layout Bollpoint</i>	81
4.2.3 <i>Layout Pouch</i>	81
4.2.3 <i>Layout Lunch Box</i>	81
4.2.3 <i>Layout Tumbler</i>	82
4.3 Final Desain	81
4.3.1 Aplikasi Media Utama	81
4.3.2 Aplikasi Media Pendukung	87
4.3.2.1 Poster	87
4.3.2.2 <i>Merchandise</i>	88

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
Daftar Pustaka.....	96
Lampiran	