

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE KOMERSIAL  
CARA HIDUP SEHAT BERSAMA DETTOL  
UNTUK SISWA SEKOLAH DASAR  
DI JAKARTA TAHUN 2009**



**KARYA DESAIN**

**Dimas Basunondo**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2009**

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE KOMERSIAL  
CARA HIDUP SEHAT BERSAMA DETTOL  
UNTUK SISWA SEKOLAH DASAR  
DI JAKARTA TAHUN 2009**



KT001309

**KARYA DESAIN**

**Dimas Basunondo**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2009**

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE KOMERSIAL  
CARA HIDUP SEHAT BERSAMA DETTOL  
UNTUK SISWA SEKOLAH DASAR  
DI JAKARTA TAHUN 2009**



**KARYA DESAIN**

Dimas Basunondo  
NIM 0411431024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2009

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE KOMERSIAL CARA HIDUP SEHAT BERSAMA DETTOL UNTUK SISWA SEKOLAH DASAR DI JAKARTA TAHUN 2009** diajukan oleh Dimas Basunondo, NIM 0411431024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 27 Juni 2009 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



Hesti Rahayu, S.Sn

NIP. 132 206 674

Pembimbing II/ Anggota



Heningtyas Widowati, S.Pd

NIP. 132 300 031

Cognate/ Anggota



Drs. Wibowo, M.Sn.

NIP. 131 661 172

KPS. Desain Komunikasi Visual/  
Ketua/ Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

NIP. 132 133 718

Ketua Jurusan Desain/ Anggota



Drs. Lasiman, M.Sn.

NIP. 131 773 135



Mengetahui  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Drs. M. Agus Burhan, M.Hum

NIP. 131 567 129

## PERSEMBAHAN



**Karya ini dipersembahkan untuk :**

Ayah, Ibu, dan Mbak Banar yang telah dengan tulus mencurahkan perhatian,  
dukungan semangat, kepercayaan serta kasih sayang yang selalu diberikan  
kepadaku...

Anak-anak Indonesia yang cerdas dan bersemangat.

## KATA PENGANTAR

Kalimat syukur Alhamdulillah senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat serta berkahNya perancangan Tugas Akhir telah selesai. Meskipun penulis akui, masih banyak kekurangan dalam hal penulisan maupun penyajian karya. Akan tetapi paling tidak hal ini merupakan sebuah akhir dari perjalanan selama kurang lebih 5 tahun yang telah dilalui dalam menempuh studi di kampus kita tercinta ini.

Tugas akhir ini merupakan syarat utama untuk meraih kelulusan strata satu. Dalam tugas akhir ini disajikan sebuah tema mengenai kampanye hidup sehat bersih bersama Dettol sebagai produk kebersihan tubuh, untuk anak-anak sekolah dasar.

Dalam keseharian aktivitas anak-anak membutuhkan perlindungan kesehatan. Sering anak-anak melupakan hal-hal itu karena sibuk dengan aktivitasnya. Untuk itu Dettol sebagai produk kebersihan unggulan keluarga dan pemimpin pasar harus mampu juga membantu pemerintah untuk mengedukasi masyarakat memulai hidup bersih dan sehat sejak usia dini. Komunikasi visual yang disajikan sebagai media promosi dan sosialisasi kepada anak-anak dan orang tua secara umum mengenai cara hidup sehat dan bersih diciptakan dalam media-media ringan dan dekat dengan keseharian *target audience* yaitu siswa sekolah dasar. Usaha ini dilakukan mengingat pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan tubuh bagi anggota keluarga khususnya anak-anak.

Melalui media seperti *Booklet* yang berisi cerita dan pengetahuan umum bagaimana menjaga kebersihan tubuh. Dengan karakter-karakter kartun yang mewakili Dettol dalam melawan kuman diharapkan mampu mendekatkan produk Dettol kepada anak-anak. Media-media lain seperti kartu pengetahuan, poster, stiker, magnet kulkas, kotak makan, gelas dan lain-lain dapat mengingatkan dan memberi informasi baru pentingnya menjaga kebersihan tubuh anak-anak sekolah yang menjadi *target audience* kampanye ini. Hadiah bagi mereka yang berprestasi di sekolah dan disiplin menjaga kebersihan disiapkan dalam bentuk topi, pin, kaos sebagai bentuk apresiasi agar mereka semakin bersemangat menjaga kebersihan tubuh mereka.

Akhir kata tidak lupa penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini. Penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Rektor, Dekan, Dosen, Orang tua, teman-teman seperjuangan, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya. Demikian uraian singkat ini, semoga dapat mengantarkan pembaca pada sajian yang sederhana ini. Semoga karya yang sederhana ini dapat menjadi salah satu sumbangsih dalam usaha mengembangkan dunia periklanan khususnya maupun ilmu pengetahuan pada umumnya. Kritik dan saran selalu penulis nantikan.

Jakarta, 2 Juni 2009

Penulis

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT, berkat Rahmat dan berkah-Nya maka penyusunan Karya Tugas Akhir sebagai penutup masa studi walau melalui berbagai perjuangan, godaan dan rintangan, akhirnya Karya Tugas Akhir ini terselesaikan. Walaupun masih terdapat berbagai kekurangan yang membuatnya jauh dari sempurna. Semoga usaha terbaik dari penulis ini dapat berguna bagi penulis sendiri maupun pihak lain.

Sebagai manusia yang lemah dan banyak dosa, ternyata Tuhan masih mau mengulurkan tangannya berupa bantuan dari banyak pihak yang telah membantu penyelesaian Karya Tugas Akhir ini.

Berdosa rasanya bila penulis tidak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn. selaku Pembimbing I.
2. Ibu Heningtyas Widowati, S.Pd. selaku Pembimbing II.
3. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn selaku *Cognate*
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. selaku Ketua program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta
5. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain ISI Yogyakarta
6. Bapak Dr. M. Agus Burhan, M. Hum selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
7. Segenap keluarga besar dosen Program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta dan Staf atas ilmu yang bermanfaat.



8. Mas Tito Joenoes, *Head of Account Executive* EURO RSCG AdWork Jakarta atas *sharing* ilmu dan pengetahuan Dettol
9. Team EURO RSCG AdWork Jakarta, Noorviza Taufik & Ati Adhiati (*Account Executive*) terima kasih atas *sharing* datanya. Mas Final Toto (*Art Director* Pantarei, x-AdWork) terima kasih atas pengenalannya dengan Dettol. Ivan *Copywriter*, Icut (AE Saatchi Lab, x-AdWork), Abdy (AE Y&R, x-AdWork), Dinda *Art Director*, Pak Mustadi & Mbak Lidya *Traffic Department*, terima kasih sebanyak-banyaknya atas dukungan dan bantuannya saat mengerjakan *project* Dettol.
10. Ayah dan Ibu atas kasih sayang, perhatian, semangat, kesabaran, do'a, dan dukungannya baik moral maupun materiil yang tidak terbatas.
11. Mbak Dina, Mas Ari, Mbak Banar, Mas Anas, Budhe Nanik dan Pakdhe San atas do'a, kasih sayang dan ketulusannya selama ini.
12. Teman-teman TA seperjuangan yang masih menyempatkan waktu untuk membantuku.
13. Keluarga besar Cordova, Babe Faisal yang sangat memberikan semangat, waktu dan tukar pikiran, KS, PE, Bunda, Mas Amin, Pak Rudi, Tante Happy, Pak Nurdin, Mbak Nida, Pak Adun, Kang Adi, Om Ganis, Bram, Dali, Ronceu, Pedro, Lita, Salmah, Erly, Teguh, Dedy, Kang Soleh, Rijal, Kang Idris, Terima kasih semangatnya.
14. UKM Menonton Film Bersama, Agung Corel, Ipung, Dani, Catur, Indra, Om Danan, Mbak Put.

15. Keluarga Besar Mahasiswa Diskomvis ISI Yogyakarta. Origami 2004, Natalia, Arilia, Nina, Budhe Arwin, Peni, Reni, Frieny, Ica, Mami Itsna, Intan “Nying2”, Wilsa, Lia “Makcik”, Ayu’, Badar, Nunu’, Hari, David, Danang, Herpri, Fajar, Pungkas, Oka, Dito, Erny, Mek, Satrio, Frandy, Rora dan Godham.
16. Pengendara kereta api dan pengendara burung besi beserta awaknya yang melayani dan mengantarkanku selamat sampai tujuan antara Jogja dan Jakarta.
17. Sahabat-sahabat tercinta dan seperjuangan di Batavia, Fryda Maminya Darla, Gani Gatot, Uni HellowKiky, Lil’ sister Monica dan Endra di Bandung.
18. Serta orang-orang orang yang pernah singgah dalam kehidupanku Nila Ayu Paramitha, Ayu Putriana, dan teman-temanku yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR DIAGRAM .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR SKEMA .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Perancangan .....	2
D. Manfaat Perancangan.....	3
E. Lingkup Perancangan .....	4
F. Metode Perancangan .....	4
G. Sistematika Perancangan .....	6
H. Skematika Perancangan .....	9

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA .....	10
A. Informasi Produk.....	10
B. <i>Market Analisis</i> .....	16
1. <i>Market Positioning</i> .....	16
2. Kondisi Pesaing.....	17
3. <i>Potential Market</i> .....	18
4. <i>Market Segmentation</i> .....	19
5. Khalayak Sasaran.....	20
6. Analisis <i>SWOT</i> .....	21
C. Kesimpulan Analisis Data .....	25
1. Kesimpulan Umum .....	25
2. Kesimpulan Khusus .....	25
3. Kesimpulan Analisis Media.....	26
BAB III KONSEP PERANCANGAN .....	27
A. Sintesis .....	27
1. Tujuan Pemasaran dan Strategi Pemasaran.....	27
2. Tujuan dan Strategi Komunikasi Periklanan.....	31
B. Konsep Media .....	34
1. Tujuan Media .....	35
2. Strategi Media .....	36
3. Program Media .....	49
4. <i>Media Budget</i> .....	57

C. Konsep Kreatif .....	63
1. Tujuan Kreatif .....	63
2. Strategi Kreatif .....	64
a. <i>Target Audience</i> .....	64
b. Pesan yang Akan Disampaikan.....	66
c. Tema Pesan.....	71
d. Bentuk Pesan.....	71
3. Tata Visual.....	73
a. Strategi Visual .....	73
b. <i>Art Directing</i> .....	75
c. Penulisan Naskah .....	86
4. Program Kreatif.....	93
5. <i>Creative Budget</i> .....	114
BAB IV VISUALISASI DESAIN .....	118
A. Data Visual .....	122
B. <i>Idea Layout/ Layout Gagasan</i> .....	132
C. <i>Comprehensive Layout/ Pilihan Akhir</i> .....	135
D. <i>Final Design</i> .....	206
BAB V PENUTUP.....	250
DAFTAR PUSTAKA .....	252

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta bulan Februari 2009.....	23
Tabel 2. Program Media .....	56

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram Penyebaran Penduduk DKI Jakarta Bulan Februari 2009.....	23
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Dettol .....	11
Gambar 2. Dettol Antiseptik Cair .....	12
Gambar 3. Dettol Sabun Antiseptik .....	13
Gambar 4. Dettol Sabun Cair Antiseptik .....	14
Gambar 5. Dettol Sabun Cuci Tangan Higienis .....	15
Gambar 6. Dettol <i>Instant Hand Sanitizer</i> .....	15
Gambar 7. Bakteri <i>Salmonella</i> .....	69
Gambar 8. <i>Rhinoviruses</i> .....	69
Gambar 9. Fungi <i>Candida</i> .....	70
Gambar 10. Parasit <i>Giardia</i> .....	70
Gambar 11. Ben 10, Mr Incredible, Naruto, Gorila by Stanley Chow,Hercules, Monster by Dario Cevalante, Wolverine by Stanley Chow.....	81

Gambar 12. Logo Dettol, logo Terdaftar di Departemen Kesehatan Republik  
Indonesia, logo Indonesia Sehat 2010.....

82

### DAFTAR SKEMA

Skema 1. Skematika Perancangan ..... 9

### DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Konsultasi Pembimbing
- Lampiran 2. Poster Pameran Tugas Akhir
- Lampiran 3. Katalog Pameran Tugas Akhir
- Lampiran 4. Foto Dokumentasi Suasana Pameran Tugas Akhir
- Lampiran 5. Daftar Sekolah Dasar di wilayah DKI Jakarta

# BAB I

## PENDAHULUAN



### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini masalah kebiasaan hidup bersih dan sehat masyarakat di Indonesia, khususnya pada anak sangatlah rendah. Pada sebuah artikel surat kabar nasional disebutkan setiap tahun rata-rata 100.000 anak meninggal dunia karena diare di Indonesia.<sup>1</sup> Kematian balita akibat diare di Indonesia merupakan yang tertinggi kedua setelah malnutrisi. Bahkan kematian anak akibat malnutrisi juga tidak lepas dari serangan diare.

Penyebab utama tingginya kematian anak karena diare di Indonesia terkait dengan minimnya perilaku hidup bersih masyarakat dan sanitasi yang buruk. Namun banyak orang cenderung meyakini bahwa penyebab diare tak terkait dengan perilaku bersih dan sanitasi. Banyak yang masih beranggapan penyebab diare adalah keracunan makanan, musim, tanda-tanda pertumbuhan bagi bayi dan faktor-faktor klenik. Kebiasaan buruk inilah yang akhirnya menurun pada anak dari orang tuanya sendiri.

Pada anak usia TK dan SD masalah yang dihadapi biasanya berkaitan dengan kebiasaan berperilaku hidup bersih dan sehat seperti kebiasaan mencuci tangan memakai sabun, memotong kuku, dan menggosok gigi.

Visi "Indonesia Sehat 2010" dicanangkan pemerintah agar kita menjadi bangsa yang sehat dan kuat, diakui di tengah pergaulan oleh bangsa-

---

<sup>1</sup> <http://www2.kompas.com/ver1/Kesehatan/0611/26/194504.htm>



bangsa lain. Oleh karena itu, pemerintah mencanangkan apa yang disebut Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).<sup>2</sup>

Dettol sebagai produk antiseptik pemimpin pasar memiliki tanggung jawab membantu pemerintah untuk mengedukasi masyarakat melalui produk-produknya untuk memulai hidup bersih dan sehat dimulai dari usia dini.

## **B. Rumusan Masalah**

Eksplorasi ide yang menjadi dasar perancangan komunikasi visual ini adalah untuk memberikan pengetahuan cara hidup sehat dan bersih pada anak, orangtua, serta guru sekolah dasar sekaligus mempromosikan produk Dettol sebagai produk antiseptik untuk keluarga. Oleh sebab itu rumusan masalah dari perancangan komunikasi visual ini adalah:

Bagaimana merancang dan menciptakan media kampanye cara hidup sehat untuk anak usia sekolah dasar yang mampu menginformasikan secara efektif edukasi pentingnya hidup sehat?

## **C. Tujuan Perancangan**

Menciptakan media kampanye yang mampu mengedukasi anak tentang pentingnya hidup sehat sejak usia dini dengan menjaga kebersihan tubuh serta hal-hal yang berkaitan dengan kebersihan tubuh itu sendiri.

---

<sup>2</sup> <http://www.pu.go.id/publik/forumair/2001/perilaku.htm>

#### **D. Manfaat Perancangan**

1. Bagi mahasiswa, sebagai tolok ukur sejauh mana mampu menyusun dan membuat strategi kampanye komersial cara hidup sehat dengan Dettol ini. Belajar untuk mampu menganalisis strategi kampanye berdasarkan target konsumen dan potensi produk di pasar, sehingga kampanye komersial yang efektif dan relevan untuk mendukung visi pemerintah "Indonesia Sehat 2010" tercapai sekaligus mampu meningkatkan *brand awarness* produk Dettol di tengah-tengah masyarakat.
2. Untuk lembaga, baik produsen maupun perguruan tinggi perancangan komunikasi visual kampanye komersial cara hidup sehat ini bermanfaat sebagai bahan pembahasan tentang sejauh mana program kampanye komersial di Indonesia berpengaruh terhadap sosial kemasyarakatan dan juga perkembangan pola pikir masyarakat Indonesia tentang pentingnya menjaga kebersihan tubuh. Dengan perancangan kampanye komersial ini tolok ukur keberhasilan pasar dalam menyerap informasi dapat berpengaruh juga pada tingkat *awarness* masyarakat terhadap produk serta penjualan produk Dettol tersebut.
3. Bagi masyarakat kampanye ini bermanfaat untuk mendapatkan informasi dan edukasi seputar pentingnya menjaga kesehatan badan dengan tetap menjaga kebersihan tubuh, sehingga mampu mengubah pola pikir serta kebiasaan negatif masyarakat dalam menjaga kebersihan dimulai dari usia dini dalam lingkungan kecil keluarga maupun sekolah.

## E. Lingkup Perancangan

Media yang digunakan dalam perancangan kampanye komersial cara hidup sehat bersama Dettol adalah *booklet* sebagai media utama. Dalam buku cerita ini berisi penjelasan mengenai komponen kebersihan tubuh, seperti penyakit yang ditimbulkan oleh kuman, bagian-bagian tubuh yang harus dijaga kebersihannya dan bagaimana untuk menjaga kebersihan dan kesehatan tubuh sepanjang waktu. Tentu saja karena yang menjadi *target audience* merupakan siswa sekolah dasar maka digunakan media komunikasi yang mendidik serta menghibur. Sedangkan dari lingkup geografis yang menjadi daerah kampanye ini untuk yang pertama kali dilakukan sampling di sekolah dasar yang muridnya berasal dari *target market* kelas A (menengah atas) wilayah DKI Jakarta sebagai kota besar yang dapat dijadikan contoh untuk kota-kota lainnya.

## F. Metode Perancangan

### 1. Subjek dan Objek Perancangan

Subjek perancangan komunikasi visual ini adalah siswa tingkat sekolah dasar usia 7-12 tahun yang berada di wilayah DKI Jakarta sebagai target utama (*primary*) segmen awal kampanye. Yang menjadi *target audience* kedua (*secondary*) adalah guru di sekolah dan orang tua siswa, hal ini dilakukan melihat waktu aktifitas target utama yaitu biasanya 7 jam di sekolah atas pengawasan guru dan 12 jam waktu di rumah dan lingkungan bermainnya di rumah. Dengan menyertakan *target audience*

kedua (*secondary*) sebagai subjek edukasi kampanye ini diharapkan menjadi pembimbing dan *role model* perilaku hidup bersih bagi target utama.

Sedangkan yang menjadi objek dari perancangan komunikasi visual ini adalah edukasi mengenai perilaku hidup bersih dan sehat bersama dettol. Edukasi ini berisi perilaku hidup bersih sehari-hari. Dengan edukasi ini diharapkan pola hidup sehat mampu mengakar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

## 2. Data Awal

Data-data yang dibutuhkan untuk perancangan kampanye komersial ini antara lain

- Informasi perilaku hidup bersih dan sehat *target audience* dalam kehidupan sehari-hari diperoleh dengan metode wawancara.
- Informasi seputar penyakit dan kuman penyebab yang berkaitan dengan kebersihan tubuh.
- Data produk-produk unggulan Dettol yang berhubungan dengan program kampanye ini.
- *Target audience* kampanye ini dan *target market* produk Dettol.

Data dan informasi produk ini diperoleh dari sumber *data base Account Executive* untuk produk Dettol pada biro iklan EURO RSCG Adwork Jakarta, *website* terkait dan buku sebagai referensi teori periklanan dan komunikasi pendukung kampanye komersial ini.

### 3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan kampanye komersial ini adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat*). Dengan metode analisis ini diharapkan strategi kampanye ini tercapai, tepat sasaran pada *target audience* yang dituju, dan pesan maupun edukasi mengenai cara hidup sehat dapat membantu masyarakat mengubah kebiasaan buruknya agar kembali menyadari pentingnya hidup bersih untuk kesehatan badannya dimulai sejak usia dini.

### G. Sistematika Perancangan

#### BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Perancangan
- D. Manfaat Perancangan
- E. Lingkup Perancangan
- F. Metode Perancangan
  1. Subjek dan Objek Perancangan
  2. Data Awal
  3. Metode Analisis Data
- G. Sistematika Perancangan
- H. Skematika Perancangan

## BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

### A. Informasi Produk

### B. *Market Analysis*

#### 1. *Market Positioning*

#### 2. Kondisi Pesaingnya

#### 3. *Potential Market*

#### 4. *Market Segmentation*

#### 5. Khalayak Sasaran

#### 6. Analisis SWOT

### C. Kesimpulan Analisis Data

#### 1. Kesimpulan Umum

#### 2. Kesimpulan Khusus

#### 3. Kesimpulan Analisis Media

## BAB III KONSEP PERANCANGAN

### A. Sintesis

#### 1. Tujuan Pemasaran dan Strategi Pemasaran

#### 2. Tujuan dan Strategi Komunikasi Periklanan

### B. Konsep Media

#### 1. Tujuan Media

#### 2. Strategi Media

#### 3. Program Media

#### 4. *Media Budget*

### C. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif
2. Strategi Kreatif
  - a. *Target Audience*
  - b. Pesan yang Akan Disampaikan
  - c. Bentuk Pesan
  - d. Tema Pesan
  - e. Strategi Penyampaian Pesan
3. Tata Visual
  - a. Strategi Visual
  - b. *Art Directing*
  - c. Penulisan Naskah
4. Program Kreatif
5. *Creative Budget*

### BAB IV VISUALISASI

- A. Data Visual
- B. *Idea Layout/ Layout Gagasan*
- C. *Comprehensive Layout/ Layout Pilihan*
- D. *Final Design*

### BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

## H. Skematika Perancangan

