

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTACK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR SKEMA	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan	2
1.2.1. Identifikasi Masalah	2
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	3
1.4. Tujuan Perancangan.....	3
1.5. Metode Pengumpulan Data	4
1.7. Kerangka Perancangan.....	5
1.8. Pembabakan.....	6
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1. Psikologi Perkembangan Anak Usia Dini	7
2.2. Teori Marketing	7
2.2.1. Konsep Marketing	8
2.3. Pengertian Promosi	9
2.3.1. <i>Advertising</i>	10
2.3.2. <i>Sales Promotion</i>	12
2.3.3. <i>Publicity</i>	12
2.3.4. <i>Personal Selling</i>	12
2.3.4. Fungsi Promosi	13

2.3.5. Tujuan Promosi	14
2.4. Media	15
2.5. Teori Warna.....	21
2.5.1. Karakteristik Warna	22
2.6. Tipografi.....	24
2.7. Penulisan Naskah Iklan (<i>Copywriting</i>)	24
2.7.1. Gaya Penulisan yang Khusus.....	25
2.7.2. Klise (<i>cliches</i>)	25
2.7.3. Kata Aksi	25
2.7.4. <i>Alliteration</i>	26
2.7.5. Singkatan	27
2.7.6. Tata Bahasa dan Pungtuasi	27
2.7.7. Pengulangan (<i>repetition</i>)	28
BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1. Data Institusi Pemberi Proyek	29
3.1.1. Masbash Cafe	29
3.2. Data Produk.....	31
3.3. Data Khalayak Sasaran	37
3.3.1. <i>Target Audience</i>	37
3.4. Data Hasil Observasi.....	38
3.4.1. Data Hasil Wawancara	38
3.5. Analisa	40
BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1. Konsep.....	42
4.1.1. Konsep Pesan	42
4.1.2. Konsep Kreatif	43
4.2. Konsep Media	44
4.3. <i>Timeline</i> Media	45
4.4. Konsep Visual.....	46
4.5. Hasil Perancangan	50
4.5.1. Poster	50
4.5.2. Baliho.....	51

4.5.3. <i>Mini Banner</i>	52
4.5.4. <i>Merchandise</i>	51
4.5.4. Brosur	53
4.5.5. Daftar Menu	55
4.5.6. Facebook <i>Fanpage</i>	56
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan dan Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
SUMBER LAIN	59
LAMPIRAN	60