

DAFTAR ISI

Cover Dalam.....	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	3
BAB I.....	8
PENDAHULUAN	8
1.1. Latar Belakang Masalah.....	8
1.2. Permasalahan	10
1.3. Fokus.....	11
1.4. Tujuan Perancangan.....	11
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	11
1.6. Metode Analisis Data.....	13
1.7. Kerangka Perancangan.....	15
1.8. Pembabakan	16
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI.....	18
2.1. Teori Strategi	18
2.2. Teori Analisis.....	20
2.3. Teori Pemasaran.....	41
2.4. Teori Komunikasi	43
2.5. Teori Merek/ <i>Brand</i>	45
2.6. Teori Promosi.....	46
2.7. Teori Perancangan Media	52
2.8. Teori Desain Komunikasi Visual.....	56
BAB III	69
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	69
3.1. Data dan Fakta	69

3.1.1.	Profil Perusahaan	69
3.1.2.	Data Produk	75
3.1.3.	Data Khalayak Sasaran	81
3.1.4.	Data Hasil Wawancara.....	82
3.1.5.	Data Hasil Observasi.....	89
3.1.6.	Data Media Promosi Terdahulu	94
3.1.7.	Data Media Promosi Pesaing Sejenis.....	98
3.2.	Analisis Data.....	111
3.2.1.	Analisis Data Hasil Wawancara.....	111
3.2.2.	Analisis Matriks	112
3.2.3.	Analisis Media Promosi Terdahulu.....	116
3.2.4.	Analisis Eksternal SCS	120
3.2.5.	Analisis Internal SCS	142
3.3.	Kesimpulan Hasil Analisis Data	145
BAB IV		147
KONSEP STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN		147
4.1.	Strategi Desain	147
4.2.	Konsep Bisnis	148
4.3.	Konsep Komunikasi.....	149
4.4.	Konsep Kreatif.....	153
4.5.	Konsep Visual	156
4.6.	Konsep Media	163
4.7.	Hasil Perancangan.....	182
BAB V		196
PENUTUP		196
5.1.	Kesimpulan	196
5.2.	Saran	196
DAFTAR PUSTAKA		198
LAMPIRAN.....		201