

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.4.1 Tujuan Khusus.....	4
1.4.2 Tujuan Umum.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1 Bagi Masyarakat Indonesia Khususnya Dewasa Muda.....	4
1.5.2 Bagi Pembaca.....	5
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan.....	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Pembabakan.....	9
BAB II	10
DASAR PEMIKIRAN	10

2.1	Kajian Teori.....	10
2.1.1	Promosi.....	10
2.1.2	Tujuan Promosi.....	10
2.2	Integrated Marketing Communication.....	10
2.2.1	Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i>	10
2.3	Pengertian Komunikasi.....	11
2.3.1	Strategi Komunikasi.....	11
2.3.2	AISAS.....	12
2.4	Media.....	12
2.4.1	Pengertian Media.....	12
2.4.2	Pemilihan Media.....	13
2.4.3	Strategi Media.....	14
2.4.4	Media Komunikasi.....	15
2.5	Desain Komunikasi Visual (DKV).....	16
2.5.1	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	17
BAB III	23
DATA DAN ANALISA MASALAH	23
3.1	Data Perusahaan.....	24
3.2	Data Produk.....	24
3.2.1	Quaker Oat.....	24
3.2.2	Data Penduduk Jakarta.....	25
3.2.3	Data Khalayak Sasarn.....	26
3.3	Metode Observasi.....	28
3.3.1	Hasil Observasi.....	28
3.3.2	Hasil Wawancara.....	28
3.4	Analisis SWOT.....	31
3.5	Jantung Koroner.....	31
BAB IV	33
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	33
4.1	Konsep Perancangan.....	33
4.1.1	Strategi Pesan.....	33
4.1.2	Strategi Kreatif.....	34

4.1.3	Strategi Media.....	34
4.2	<i>Creative Brief</i>	35
4.3	Konsep Visual.....	37
4.3.1	Visual Khalayak Sasaran dan Indikator.....	37
4.3.2	Gaya Visual.....	38
4.3.3	Tipografi.....	39
4.3.4	Warna.....	40
4.4	Konsep Media.....	41
4.5	Hasil Rancangan.....	41
4.5.1	Perancangan Poster Promosi.....	41
4.5.2	Perancangan Billboard.....	42
4.5.3	<i>Outdoor Banner</i> dan <i>X-Banner</i>	41
4.5.4	<i>Ambient Ads (Bus Ad)</i>	44
4.5.5	<i>Social Media (Facebook, Instagram)</i>	44
4.5.6	<i>Digital Banner</i>	46
4.5.7	<i>Merchandise (T-shirt, Sticker)</i>	47
BAB V	48
KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	x
LAMPIRAN	xi