

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6 Cara Analisis	5
1.6.1 Analisis Matriks.....	6
1.6.2 Analisis SWOT.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Teori Pemasaran	9
2.1.1 Bauran Promosi (Promotion Mix).....	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	11

2.1.3 Teori Media.....	12
2.1.4 Karakteristik Media.....	12
2.2 Teori Komunikasi.....	14
2.3 Teori Media.....	14
2.3.1 Teori Visual.....	15
2.3.2 Teori Logo.....	15
2.3.3 Teori Layout.....	18
2.3.4 Teori Grid.....	21
2.3.5 Teori Warna.....	22
2.3.6 Teori Tipografi.....	24
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	26
3.1 Data.....	26
3.1.1 Data Perusahaan.....	26
3.1.2 Data Produk.....	30
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	32
3.1.4 Tinjauan Promosi Terdahulu.....	33
3.1.5 Data Wawancara.....	34
3.1.6 Data Hasil Kuesioner.....	36
3.1.7 Data Pesaing.....	38
3.2 Analisis Data.....	40
3.2.1 Analisis Hasil Wawancara.....	40
3.2.2 Analisis Hasil Kuesioner.....	42
3.2.3 Analisis Matriks.....	48
3.2.4 Analisis Perancangan Terdahulu.....	50
3.2.5 Analisis SWOT.....	52

BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64