

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Skema Perancangan	10
BAB II.....	11
DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Pemasaran.....	11
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	11

2.2	Efek Komunikasi Massa.....	12
2.3	AIO	13
2.4	Promosi	13
2.4.1	Pengertian Promosi.....	13
2.4.2	Tujuan Promosi	14
2.4.3	Bauran Promosi.....	14
2.4.4	STP	16
2.5	Media	17
2.5.1	Pengertian Media.....	17
2.5.2	Jenis Media	17
2.6	Identitas Visual	22
2.6.1	Logo	22
2.6.2	Kemasan	23
2.7	Teori Elemen Desain Grafis	26
2.7.1	Ilustrasi	26
2.7.2	<i>Typography</i>	27
2.7.3	Warna	27
2.7.4	Tata Letak (<i>Layout</i>).....	30
2.8	Teori Prinsip Desain Grafis	34
2.9	Penelitian Terdahulu	36
2.10	Kerangka Teori dan Asumsi	38
BAB III.....		39
DATA DAN ANALISIS		39
3.1	Data	39
3.1.1	Data Pemberi Proyek.....	39
3.1.2	Data Obyek Penelitian.....	40
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	45
3.1.4	Data Hasil Wawancara	46
3.1.5	Data Hasil Kuesioner.....	48
3.1.6	Data Proyek Terdahulu atau Sejenis.....	69
3.2	Analisis Data.....	73
3.2.1	Analisis Data Pemberi Proyek	73

3.2.2	Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara dan Kuesioner.....	74
3.2.3	Analisis Data Proyek Sejenis	76
3.2.4	Analisis SWOT Spoonful of Sugar	84
3.3	Kesimpulan Hasil Analisis Data	86
BAB IV	88
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	88
4.1	Konsep Pesan.....	88
4.1.1	Big Idea.....	88
4.1.2	Tujuan Pesan	88
4.1.3	Strategi Pesan.....	89
4.1.4	<i>Tagline</i>	90
4.2	Konsep Kreatif.....	90
4.3	Konsep Visual.....	92
4.3.1	Ilustrasi	92
4.3.2	Tipografi	93
4.3.3	Warna	95
4.3.4	Layout.....	95
4.3.5	Logo.....	96
4.4	Konsep Media.....	97
4.4.1	Jenis Media	97
4.4.2	Strategi Media	99
4.4.3	Strategi Penjadwalan Media.....	100
4.5	Hasil Perancangan.....	101
BAB V	120
KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	125