

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan .....</b>	<b>2</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	2
1.2.2 Rumusan Masalah .....	2
<b>1.3 Ruang Lingkup.....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Tujuan Perancangan.....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....</b>	<b>3</b>
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	3
1.5.2 Metode Analisis .....	5
<b>1.6 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.7 Pembabakan .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Event.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Brand.....</b>	<b>8</b>
2.2.1 Definisi Brand .....	8
2.2.2 <i>Rebranding</i> .....	10
2.2.3 Logo .....	10
2.2.4 <i>Tagline</i> atau Slogan.....	11

2.2.4 Promosi .....	13
2.2.5 Teori Perilaku Konsumen .....	14
2.2.6 Teori Media .....	17
2.2.7 Teori AISAS .....	23
<b>2.3 Teori Elemen Desain Grafis .....</b>	<b>23</b>
2.3.1 Layout .....	23
2.3.2 Urutan atau Hirarki .....	25
2.3.3 Ilustrasi .....	25
2.3.4 Warna .....	27
2.3.5 Tipografi .....	32
<b>2.4 Kerangka Teori .....</b>	<b>35</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>36</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 Data .....</b>	<b>36</b>
3.1.1 Data Pemberi Proyek .....	36
3.1.2 Data Produk Objek Teliti .....	37
3.1.3 Data Khalayak Sasaran .....	50
3.1.4 Data Proyek Sejenis .....	51
3.1.5 Data Observasi .....	55
3.1.6 Data Wawancara .....	56
3.1.7 Data Kuesioner .....	63
3.1.8 Data Sampel .....	71
3.1.9 Data Media Promosi Terdahulu .....	72
<b>3.2 Analisis Data .....</b>	<b>75</b>
3.2.1 Analisis Data Observasi .....	75
3.2.2 Analisis Data Hasil Wawancara .....	75
3.2.3 Analisis Data Kuesioner .....	77
3.2.4 Analisis Data Sampel .....	77
3.2.5 Analisis Matriks Perbandingan .....	78
<b>3.3 Kesimpulan Analisis Data .....</b>	<b>88</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>90</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>90</b>

<b>4.1 Konsep Pesan</b> .....	<b>90</b>
<b>4.2 Konsep Kreatif</b> .....	<b>91</b>
<b>4.3 Konsep Visual</b> .....	<b>91</b>
<b>4.4 Konsep Media</b> .....	<b>95</b>
4.4.1 Jenis Media .....	95
4.4.2 Strategi Media (AISAS dan Media Planning).....	99
<b>4.5 Konsep Bisnis</b> .....	<b>101</b>
<b>4.7 Hasil Perancangan</b> .....	<b>103</b>
4.7.1 Identitas Visual Festival <i>Tjimanoek</i> .....	103
4.7.2 Media Promosi Festival <i>Tjimanoek</i> .....	103
<b>BAB V</b> .....	<b>110</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>110</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>110</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>111</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>115</b>