

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Ruang Lingkup	4
1.5. Tujuan Perancangan	4
1.6. Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2. Metode Analisis Data	7
1.7. Kerangka Perancangan	8
1.8. Pembabakan.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Promosi.....	10
2.1.1. Definisi Promosi.....	10
2.1.2. Media Promosi	11
2.2. Identitas Visual.....	15
2.2.1. Teori Merek (Brand)	15

2.2.2.	Logo	16
2.2.3.	Tagline/ Slogan	17
2.2.4.	Ilustrasi.....	17
2.2.5.	Fotografi.....	18
2.3.	Teori Perancangan.....	19
2.3.1.	Layout.....	19
2.3.2.	Warna	21
2.3.3.	Tipografi.....	24
2.3.4.	Hirarki atau Urutan	25
2.4.	Kerangka Teori.....	27
BAB III.....		28
Data & analisis.....		28
3.1.	Data.....	28
3.1.1.	Data Pemberi Proyek.....	28
3.1.2.	Data Objek Penelitian	30
3.1.3.	Data Khalayak Sasaran	54
3.1.4.	Data Hasil Observasi.....	56
3.1.5.	Data Hasil Wawancara.....	58
3.1.6.	Data Hasil Kuesioner	61
3.1.7.	Data Proyek Sejenis	65
3.2.	Analisis.....	68
3.2.1.	Analisis Hasil Observasi	68
3.2.2.	Analisis Hasil Kuesioner.....	69
3.2.3.	Analisis Hasil Wawancara	69
3.2.4.	Matriks Perbandingan	71
3.2.5.	Penarikan Kesimpulan	82
BAB IV		83
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		83
4.1.	Konsep Pesan.....	83
4.1.1.	Big Idea	83
4.1.2.	Tujuan Pesan	84
4.1.3.	Tagline.....	84

4.2.	Konsep Kreatif.....	84
4.3.	Konsep Visual	85
4.3.1.	Moodboard	85
4.3.2.	Ilustrasi	85
4.3.3.	Tipografi.....	86
4.3.4.	Warna	87
4.3.5.	Layout	88
4.4.	Konsep Media.....	88
4.4.1.	Jenis Media.....	88
4.4.2.	Strategi Media	90
4.5.	Konsep Bisnis	91
4.5.1.	Biaya Media	92
4.6.	Hasil Perancangan	93
BAB V.....		102
KESIMPULAN & SARAN		102
5.1.	Kesimpulan.....	102
5.2.	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN.....		106