

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR BAGAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN	viii
PERNYATAAN.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan dan manfaat perancangan	4
1.4.1 Tujuan perancangan.....	4
1.4.2 Manfaat perancangan.....	4
1.5 Metodologi Penelitian	4
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	5
1.6.1 Analisis data	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	6
1.8 Rencana Penelitian.....	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Baruan Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.2 Promosi	10
2.2.1 Pengertian Promosi.....	10
2.2.2 Baruan Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	11
2.3 Piskologi Perkembangan Anak.....	14
2.3.1 Pengertian Piskologi Perkembangan.....	14

2.3.2 Ciri Ciri dan Prinsip Perkembangan	15
2.3.3 Kriteria Penahapan Perkembangan	16
2.4 Desain Komunikasi Visual	18
2.4.1 Media	18
2.4.2 Iklan	19
2.4.3 Layout	19
2.4.4 Logo	20
2.4.5 Tipografi	22
2.4.6 Warna	23
2.5 SWOT	24
2.6 AISAS	25
BAB III	26
3.1 Data dan Fakta	26
3.1.1 Museum Geologi Bandung	26
3.1.2 Visi dan Misi	30
3.1.3 Tugas dan Fungsi Museum Geologi	31
3.2 Data Khalayak Sasaran	31
3.1.1 Perilaku Konsumen	32
3.3 Data dan Fakta Museum Geologi	33
3.4 Data Hasil Analisis Kuesioner Pengunjung	34
3.5 Data Hasil Wawancara	40
3.6 Analisis SWOT	42
3.7 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	43
3.7.1 Analisis Matriks	43
BAB IV	45
4.1 Konsep Perancangan	45
4.1.1 Strategi Komunikasi	45
4.2 Strategi Kreatif	46
4.2.1 Metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)	46
4.3 Studi Kasus Dalam Perancangan Promosi Museum Geologi	48
4.4 Strategi Desain	50
4.5 Strategi media	50
4.5.1 Media Utama yang digunakan	50
4.6 Strategi Visual	51
4.6.1 Konsep Jenis Huruf	51
4.6.2 Konsep bentuk	52

4.7 Hasil Perancangan	55
BAB V	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
Daftar Pustaka	62
Sumber Lain	62