

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	3
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan masalah	3
1.4 Ruang Lingkup Masalah	3
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Manfaat Perancangan.....	4
1.7 Cara pengumpulan data.....	5
1.8 Kerangka Perancangan.....	6
1.9 Pembabakan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	9
2.2 Pemasaran.....	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2.2 Konsep Inti Pemasaran.....	10
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	10

2.3	Promosi	10
2.3.1	Pengertian Promosi	10
2.3.2	Tujuan Promosi.....	10
2.3.3	Strategi Promosi	11
2.3.4	Jenis Promosi.....	11
2.4	Media Promosi.....	12
2.4.1	Pengertian Media	12
2.4.2	Karakteristik Media	12
2.5	Teori AISAS.....	13
2.6	Perilaku Konsumen.....	14
2.7	Periklanan.....	14
2.7.1	Pengertian Periklanan	14
2.7.2	Komponen Periklanan	14
2.7.3	Tujuan Periklanan	15
2.8.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	15
2.8.2	Unsur - Unsur Desain.....	15
2.8.3	Teori Logo.....	16
2.8.4	Teori Warna.....	17
2.8.5	Teori Tipografi	17
2.8.6	Prinsi - Prinsip Desain.....	20
2.8.7	Layout	21
2.8.8	<i>Copywriting</i>	22
2.9	Analisis Matriks.....	23
BAB III DATA DAN ANALISIS		24
3.1	Data dan Fakta.....	24
3.1.1	Hasil Pengumpulan	25
3.1.2	Data Target Audiance atau Target Sasaran	31
3.1.3	Perilaku Target Audiance Atau Target Sasaran.....	32
3.1.4	Data Dan Fakta Fenomena	33
3.1.5	Data Wawancara.....	35

3.1.6	Data Hasil wawancara Dan Kusioner	37
3.1.7	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	47
3.2	Analisis Permasalahan Berdasarkan Data Dan Fakta	50
3.2.1	Analisis Matriks.....	50
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN		53
4.1	Konsep Perancangan	53
4.2	Konsep Pesan.....	53
4.3	Konsep Strategi Kreatif.....	54
4.4	Konsep Komunikasi.....	56
4.5	Konsep Media.....	57
4.6	Konsep Gaya Visual	57
4.6.1	Gaya Visual	58
4.6.2	Logo.....	58
4.6.3	Tipografi.....	59
4.6.4	Warna.....	69
4.7	Hasil Perancangan.....	60
4.7.1	Logo.....	60
4.7.2	Maskot	61
4.7.3	Poster	62
4.7.4	X-Banner	63
4.7.5	Merchandise	64
4.7.6	Sosial Media.....	65
4.7.7	Media Utama	66
4.7.8	Ambient Bus.....	67
4.7.9	Maket	68
4.7.10	Booth	69
4.8	Strategi Promosi	69
4.9	Strategi Media AISAS	70
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR BAGAN

1.8	Kerangka Perancangan	6
4.4	Konsep Mesan	53

DAFTAR TABEL

3.1	AOI	31
3.1.3	Jumlah Pengunjung 2016	32
3.1.3	Jumlah Pengunjung 2017	33
3.2.1	Perbandingan Media Promosi Website	49
3.2.1	Perbandingan Media Promosi Brosur	50
3.2.1	Perbandingan Media Promosi X-banner	51
4.3	Strategi Kreatif AISAS	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5	Teori Model AISAS	14
Gambar 2.8.2	Garis (<i>line</i>)	15
Gambar 2.8.2	Bentuk (<i>shape</i>)	15
Gambar 2.8.2	Tekstur	16
Gambar 2.8.2	Gelap/Terang (<i>Contras</i>)	16
Gambar 2.8.2	Ukuran	17
Gambar 2.8.3	Teori Warna	17
Gambar 2.8.4	Huruf Klasik	18
Gambar 2.8.4	Huruf Transisi	18
Gambar 2.8.4	Huruf Modern Roman	19
Gambar 2.8.4	Huruf Klasik	19
Gambar 2.8.4	Huruf Sans Serif	20
Gambar 2.8.4	Huruf Berkait belok	20
Gambar 2.8.4	Huruf Tulis	21
Gambar 2.8.5	Prinsip Desain Keseimbangan	22
Gambar 2.8.5	Prinsip Desain Penekanan	22
Gambar 2.8.5	Prinsip Desain Irama	23
Gambar 2.8.5	Prinsip Desain Kesatuan	23
Gambar 2.8.6	Layout	24
Gambar 3.1.6	Wawancara	35
Gambar 3.1.6	Kusioner	40
Gambar 1	Museum Nasional Indonesia	49
Gambar 2	Ruangan Pameran Museum Nasional Indonesia	49

Gambar 3	Koleksi Benda Sejarah dan Budaya	49
Gambar 4.6.1	Gaya Visual.....	57
Gambar 4.6.2	Logo	58
Gambar 4.6.3	Tipografi	58
Gambar 4.6.4	Warna	59
Gambar 4.7.1	Logo Perancangan.....	59
Gambar 4.7.2	Maskot Perancangan.....	60
Gambar 4.7.3	Poster	61
Gambar 4.7.4	X-banner	62
Gambar 4.7.5	Merchandise.....	63
Gambar 4.7.6	Instagram	64
Gambar 4.7.7	Website	65
Gambar 4.7.8	Media Utama.....	66
Gambar 4.7.9	Ambient AD.....	67
Gambar 4.7.10	Maket.....	68
Gambar 4.7.11	Booth	69