

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL | |
| LEMBAR PERNYATAAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 4 |
| 1.6.1 Metode pengumpulan data | 4 |
| 1.6.2 Metode Analisis | 5 |
| 1.7 Kerangka Pemikiran..... | 7 |
| 1.8 Sistematika Penulisan..... | 8 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1 | Promosi | 10 |
| 2.1.1 | Pengertian Promosi | 10 |
| 2.1.2 | Tujuan Promosi..... | 10 |
| 2.1.3 | Strategi Promosi..... | 12 |
| 2.2 | Komunikasi..... | 13 |
| 2.2.1 | Komunikasi Secara Umum | 13 |
| 2.2.2 | Unsur-unsur Komunikasi | 13 |
| 2.3 | Perilaku Konsumen..... | 15 |
| 2.3.1 | Lingkup Riset Konsumen | 15 |
| 2.3.2 | Faktor-fakor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 14 |
| 2.4 | Media | 16 |
| 2.4.1 | Pengertian Media | 16 |
| 2.4.2 | Jenis-jenis Media | 16 |
| 2.5 | Desain Komunikasi Visual | 18 |
| 2.5.1 | Unsur Desain Komunikasi Visual..... | 18 |
| 2.5.2 | Prinsip Desain Komunikasi Visual | 21 |

BAB III DATA OBJEK PENELITIAN

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1 | Data Intuisi..... | 24 |
| 3.1.1 | Koleksi..... | 25 |
| 3.1.2 | Alamat Museum..... | 26 |
| 3.1.3 | Waktu Berkunjung..... | 26 |
| 3.1.4 | Tiket Masuk..... | 26 |
| 3.1.5 | Sarana..... | 27 |
| 3.2 | Data Permasalahan..... | 27 |
| 3.3 | Data Target Audience..... | 28 |
| 3.3.1 | Segmentasi Geografi..... | 28 |
| 3.3.2 | Segmentasi Demografi..... | 28 |
| 3.3.3 | Segmentasi Psikografi..... | 28 |
| 3.3.4 | AOI (Activities, Opportunity, Interest)..... | 28 |
| 3.4 | Data Sejenis..... | 29 |
| 3.4.1 | Analisis SWOT..... | 29 |
| 3.5 | Data Empirik..... | 31 |
| 3.5.1 | Data Observasi..... | 31 |
| 3.5.2 | Data Wawancara..... | 34 |

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

| | | |
|-------|-------------------------------|----|
| 4.1 | Konsep Perancangan | 36 |
| 4.2.1 | Tujuan Komunikasi..... | 36 |
| 4.2.2 | Pendekatan komunikasi | 36 |
| 4.2.3 | Gaya Bahasa..... | 37 |
| 4.2 | Strategi Pesan..... | 37 |
| 4.3 | Strategi Kreatif..... | 38 |
| 4.4 | Konsep Visual..... | 39 |
| 4.4.1 | Visual Khalayak Sasaran..... | 39 |
| 4.4.2 | <i>Consumer Journey</i> | 40 |
| 4.4.3 | Gaya Visual..... | 40 |
| 4.4.4 | Tipografi | 41 |
| 4.4.5 | Warna..... | 42 |
| 4.5 | Konsep Media | 42 |
| 4.5.1 | Media Utama..... | 44 |
| 4.5.2 | Media Pendukung | 40 |
| 4.6 | Spesifikasi Media..... | 45 |

BAB V PENUTUP

| | | |
|-----|----------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan | 51 |
| 5.2 | Saran | 52 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 53 |
| | LAMPIRAN..... | 54 |