

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Ruang Lingkup.....</b>	<b>15</b>
<b>1.5 Tujuan Perancangan.....</b>	<b>15</b>
<b>1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis .....</b>	<b>16</b>
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	16
1.6.2 Metode Analisis Data .....	17
<b>1.7 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>19</b>
<b>1.8 Skema Perancangan.....</b>	<b>20</b>
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Komunikasi .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 Komunikasi Massa .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Pemasaran Jasa Pendidikan.....</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Promosi.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 Media .....</b>	<b>23</b>
<b>2.6 Desain Komunikasi Visual.....</b>	<b>26</b>
2.6.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	26
2.6.2 Elemen-elemen Desain.....	26

2.6.3 Warna .....	26
2.6.4 Tipografi.....	27
2.6.5 Ilustrasi .....	28
2.6.6 <i>Layout</i> .....	30
<b>2.7 Teori Komposisi Fotografi.....</b>	<b>33</b>
<b>2.8 Teori Analisis .....</b>	<b>34</b>
2.8.1 Teori <i>SWOT</i> .....	34
2.8.2 Teori <i>Segmenting, Targeting, Positioning(STP)</i> .....	35
2.8.3 Teori Penyajian Data Matriks .....	37
<b>2.9 Kerangka Teori .....</b>	<b>39</b>
<b>BAB III DASAR PEMIKIRAN .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1 Data.....</b>	<b>40</b>
3.1.1 Profile institusi .....	40
3.1.2 Visi dan Misi SMA Swasta Sebelas Maret Bandung.....	41
3.1.3 Data Produk.....	41
3.1.4 Data Media Promosi SMA Swasta Sebelas Maret Bandung.....	48
3.1.5 Data Khalayak Sasaran SMA Swasta Sebelas Maret Bandung .....	51
3.1.6 Fakta dan Permasalahan.....	56
3.1.7 Hasil Wawancara.....	56
3.1.8 Data Media Promosi Sejenis .....	60
<b>3.2 Analisis Data .....</b>	<b>63</b>
3.2.1 Analisis <i>SWOT</i> SMA Swasta Sebelas Maret Bandung .....	63
3.2.2 Analisis Matriks <i>SWOT</i> .....	65
3.2.3 Analisis <i>Weakness</i> dan <i>Opportunity</i> .....	67
3.2.4 Analisis Matriks Lembaga Pendidikan .....	68
<b>3.3 Kesimpulan .....</b>	<b>77</b>
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1 Konsep Pesan.....</b>	<b>78</b>
4.1.1 Tujuan Pesan .....	78
4.1.2 Strategi Pesan .....	78
4.1.3 <i>Tagline</i> .....	79
<b>4.2 Konsep Kreatif.....</b>	<b>79</b>

<b>4.3 Konsep Media .....</b>	<b>79</b>
<b>4.4 Konsep Visual .....</b>	<b>81</b>
<b>4.5 Penjadwalan Media Promosi.....</b>	<b>85</b>
<b>4.6 Perkiraan Biaya Produksi Media Promosi .....</b>	<b>85</b>
<b>4.7 Hasil Perancangan.....</b>	<b>86</b>
4.7.1 Brosur .....	86
4.7.2 <i>Horizontal Banner</i> .....	86
4.7.3 <i>X Banner</i> .....	87
4.7.4 <i>Aluminium Mug</i> .....	87
4.7.5 <i>Goodie Bag</i> .....	88
4.7.6 Pin.....	88
4.7.7 <i>T-Shirt</i> .....	89
4.7.8 <i>Sticker</i> .....	89
4.7.9 <i>Bolpoin</i> .....	90
4.7.10 Buku Catatan.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>91</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>