

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	II
ABSTRAK.....	III
ABSTRACT.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVII
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	3
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan data.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	6
1.7 Kerangka Penelitian.....	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II.....	10
DASAR PEMIKIRAN.....	10
2.1 Teori Komunikasi.....	10
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	11
2.2 Komunikasi Massa.....	12
2.3 Teori Pemasaran.....	13
2.3.1 Strategi pemasaran.....	14
2.4 Promosi.....	15
2.4.1 Bauran Promosi.....	18
2.4.2 Media Promosi.....	19

2.5	Periklanan.....	19
2.6	Teori Dkv	19
2.7	Teori Media & Media planning.....	19
2.7.1	Klasifikasi Media	22
2.8	Teori Elemen Desain Grafis	29
2.8.1	Tipografi.....	29
2.8.2	Warna	35
2.8.3	Ilustrasi	38
2.8.4	Layout.....	38
2.9	Teori Identitas Visual	39

DDFFFF

2.9.2	Elemen Pembentuk Logo	39
2.9.3	Penggunaan Logo.....	40
2.9.4	Fotografi	42
2.9.5	Teknik dalam Fotografi	47
2.9.6	Videografi.....	52
2.10	Media Social.....	52
2.11	Kerangka Teori.....	56

BAB III

DATA DAN ANALISIS

3.1	Data	58
3.1.1	Data Pemberi Proyek/Mitra.....	58
3.2	Data Obyek penelitian	75
3.2.1	Latar Belakang Pasar Seni Ancol.....	75
3.2.2	Sejarah Pasar Seni Ancol.....	76
3.2.3	Lambang Pasar Seni Ancol.....	77
3.2.4	Peta Pasar Seni Ancol.....	78
3.3	Data Khalayak Sasaran.....	85
3.4	Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuisisioner.....	86

3.5	Data Proyek Terdahulu atau Sejenis.....	119
3.6	Analisis Data	121
3.6.1	Kesimpulan Analisis Data institusi pemberi Proyek	126
3.6.2	Kesimpulan Analisis Data Khalayak Sasaran	127
3.7	Analisis Data Objek Penelitian.....	127
3.7.1	Kesimpulan Analisis Pasar Seni Sekitar.....	127
3.8	Analisis Data Hasil Observasi,, Wawancara, Kuisisioner.....	130
3.9	Analisis Data Proyek Terdahulu Atau Sejenis.....	134
3.10	Analisis dan Teori Tambahan.....	135
3.11	Kesimpulan Hasil Analisis Data.....	137
BAB IV		138
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		138
4.1	Konsep Pesan	138
4.1.1	Big Idea	138
4.1.2	Tujun Pesan	138
4.1.3	Strategi Pesan	138
4.1.4	Tagline/Headline/ Judul.....	140
4.2	Konsep Kreatif	141
4.3	Konsep Visual	143
4.4	Konsep Media.....	152
4.4.1	Social Media.....	152
4.4.2	Media Cetak.....	152
4.4.3	Strategi Media	153
4.5	Konsep Bisnis.....	155
4.5.1	Biaya Media	157
4.6	Hasil Perancangan	157
4.6.1	Poster.....	158
4.6.2	E-Poster Instagram	158
4.6.3	Flyer/ Selebaran.....	162
4.6.4	X-Banner	163
4.6.5	Merchandise T-Shirt.....	163
4.6.6	Merchandise Sticker	164
4.6.7	Merchandie Gantungan Kunci.....	165

4.6.8 Merchandise Totebag.....	166
BAB V	167
PENUTUP	167
5.1 Kesimpulan.....	167
5.2 Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA.....	168
LAMPIRAN.....	169