

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	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
1.3.1 Apa.....	4
1.3.2 Siapa.....	4
1.3.3 Dimana.....	4
1.3.4 Kapan	4
1.3.5 Kenapa	4
1.3.6 Bagaimana.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Metode Analisis Data	6
1.6 Kerangka Perancangan	7

1.7	Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN		9
2.1	Teori Pemasaran	9
2.1.1	Definisi Pemasaran	9
2.1.2	Strategi Pemasaran	9
2.1.3	Teori Periklanan (Tujuan Komunikasi)	10
2.1.4	Teori Media dan Media Planning (ATL, BTL).....	11
2.1.5	Strategi Media (AISAS)	12
2.2	Promosi	12
2.2.1	Pengertian Promosi.....	12
2.2.2	Bauran Promosi	12
2.3	Brand.....	14
2.3.1	<i>Brand</i>	14
2.3.2	Merek	14
2.3.3	<i>Branding</i>	14
2.3.4	Logo	14
2.3.5	Slogan/ <i>Tagline</i>	15
2.4	Citra/Image.....	15
2.4.1	Citra.....	15
2.4.2	Citra Tempat.....	15
2.4.3	Pemasaran Tempat	15
2.4.4	Tujuan Pemasaran Tempat	15
2.5	Komunikasi	16
2.5.1	Definisi Komunikasi.....	16
2.5.2	Elemen Komunikasi	16
2.6	Desain Komunikasi Visual	16
2.6.1	Desain.....	16
2.6.2	Komunikasi Visual	16

2.6.3	Unsur Desain	17
2.6.4	Prinsip Desain	23
2.6.5	Layout	27
2.6.6	Tipografi.....	31
2.7	Kerangka Teori.....	35
BAB III ANALISIS DATA		36
3.1	Data.....	36
3.1.1	Data Pemberi Proyek/Mitra	36
3.1.2	Data Obyek Penelitian	41
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	48
3.1.4	Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner	48
3.1.5	Data Proyek Terdahulu dan atau Sejenis	63
3.2	Analisis Data	77
3.2.1	Analisis Data Pemberi Proyek/Mitra	77
3.2.2	Analisis Data Obyek Penelitian	78
3.2.3	Analisis Data Khalayak Sasaran	78
3.2.4	Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner.....	79
3.2.5	Analisis Data Proyek Terdahulu dan atau Sejenis	81
3.3	Kesimpulan Hasil Analisis Data	82
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		85
4.1	Konsep Pesan	85
4.1.1	Big Idea	85
4.1.2	Tujuan Pesan	85
4.1.3	Strategi Pesan	86
4.1.4	Tagline/Headline/Judul.....	86
4.2	Konsep Kreatif	87
4.3	Konsep Visual	87
4.3.1	Gaya Visual	87

4.3.2	Tipografi.....	89
4.3.3	Warna.....	90
4.3.4	Layout.....	90
4.4	Konsep Media.....	91
4.4.1	Perencanaan Media.....	91
4.4.2	Strategi Media.....	92
4.4.3	Budgeting Media.....	94
4.5	Creative Brief.....	94
4.6	Proses Kreatif.....	97
4.7	Hasil Perancangan.....	102
4.7.1	Instagram.....	102
4.7.2	Baliho.....	126
4.7.3	Brosur.....	127
4.7.4	X-Banner.....	129
4.7.5	Photobooth.....	131
4.7.6	Name Tag.....	132
4.7.7	Merchandise.....	134
BAB V PENUTUP.....		137
5.1	Kesimpulan.....	137
5.2	Saran.....	138
UCAPAN TERIMA KASIH.....		139
DAFTAR PUSTAKA.....		141
LAMPIRAN.....		144