

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR GAMBAR.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
BAB I.....	1
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
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5. Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2. Metode Analisis Data.....	6
1.6. Kerangka Penelitian	7
1.7. Pembabakan	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Pemasaran	9
2.1.1. Strategi Pemasaran.....	9
a. STP (Preceptual Mapping)	9
2.2. Promosi	10
2.2.1. Pengertian Promosi	10
2.2.2. Fungsi Promosi	10
2.2.3. Tujuan Promosi	10
2.2.4. Strategi Promosi	10
2.2.5. Bauran Promosi.....	11

2.3. Teori Sosialisasi	12
2.4. Teori Komunikasi	12
2.4.1. Pengertian Komunikasi	12
2.4.2. Fungsi Komunikasi	13
2.4.3. Tujuan Komunikasi.....	13
2.5. Teori Psikologi Massa.....	14
2.6. Teori Media Planning (ATL, BTL, TTL)	14
2.6.3. Media Cetak Konvensional	15
2.6.4. Media Luar Ruang	17
2.6.5. Media Online	18
2.7. Desain Komunikasi Visual	19
2.7.1. Teori Desain Komunikasi Visual	19
2.7.2. Prinsip Desain	19
2.7.3. Identitas Visual	20
2.7. Kerangka Teori	36
BAB III	37
DATA DAN ANALISIS DATA.....	37
3.1. Data.....	37
3.1.1. Data DP2KBP3A	37
3.1.2. Data Objek Penelitian	40
3.1.3. Data Khalayak Sasaran	41
3.1.4. Data Hasil Wawancara.....	42
3.1.5. Data Hasil Kuisisioner.....	45
3.1.6. Data Observasi	48
3.1.7. Proyek Terdahulu dan Proyek Sejenis	49
3.2. Analisis Data.....	59
3.2.1. Analisis Hasil Data DP2KBP3A.....	59
3.2.2. Analisis Data Objek Penelitian	60
3.2.3. Analisis Data Khalayak Sasaran	60
3.2.4. Analisis Hasil Data Wawancara.....	62
3.2.5. Analisis Hasil Data Kuisisioner.....	62
3.2.6. Analisis Data Proyek Sejenis	63
3.3. Kesimpulan Analisis Data.....	68

BAB IV	71
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	71
4.1. Konsep Pesan	71
4.1.1. Big Idea	71
4.1.2. Tujuan Pesan	71
4.1.3. Strategi Komunikasi	72
4.1.4. Strategi Pesan	73
4.1.5. Tagline	73
4.2. Konsep Kreatif	73
4.3. Konsep Visual	74
4.4. Konsep Media	78
4.4.1. Perencanaan Media	78
4.4.2. Strategi Media	79
4.4.3. Penjadwalan Media	81
4.4.4. Budgeting Media	81
4.5. Creative Brief	83
4.6. Proses Desain	86
4.7. Hasil Perancangan	89
4.7.1. Logo Acara	89
4.7.2. Brosur Acara	93
4.7.3. Flyer Acara	94
4.7.4. Poster Acara	95
4.7.5. Spanduk Acara	96
4.7.6. Umbul-umbul Acara	97
4.7.7. Feed Instagram	98
4.7.8. Instagram Story	101
4.7.9. WhatsApp Story	103
4.7.10. Merchandise	105
4.7.11. Photobooth	107
BAB V	108
PENUTUP	109
5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	114