

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>.....	<i>1</i>
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.5.1 Pengumpulan Data.....	5
1.6 Kerangka Pemikiran	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Teori Manajemen Strategi	7
2.2 Teori Manajemen Strategi Komunikasi.....	9
2.3 Pemasaran	9
2.3.1 Promosi	12
2.3.2 Merek.....	13
2.3.3 Identitas Visual	15
2.4 Media	16
2.5 DKV.....	18

2.6 Kerangka Teori	28
2.7 Asumsi	28
BAB III.....	29
DATA DAN ANALISIS	29
3.1 Data.....	29
3.1.1 Data Malabar Mountain Coffee	29
3.1.2 Data Objek Penelitian	30
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	34
3.1.4 Data Hasil Wawancara dan Kuesioner	34
3.1.5 Data proyek terdahulu dan sejenis	44
3.2 Analisis Data.....	50
3.2.1 Analisis Hasil Data Malabar Mountain Coffee	50
3.2.2 Analisis Data Objek Penelitian	51
3.2.3 Analisis Data Khalayak Sasaran	51
3.2.4 Analisis Hasil Data Wawancara/Kuesioner/Observasi.....	53
3.2.5 Analisis Data Proyek Terdahulu/sejenis	55
3.3 Kesimpulan Analisis Data	59
BAB IV.....	60
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	60
4.1 Konsep Pesan.....	60
4.1.1 Ide Besar	60
4.1.2 Tujuan Pesan.....	60
4.1.3 Strategi pesan.....	61
4.1.4 Tagline	61
4.2 Konsep Kreatif.....	61
4.3 Konsep Visual.....	63
4.3.1 Ilustrasi	63
4.3.2 Tipografi	64
4.3.3 Warna.....	65
4.3.4 Layout	66
4.4 Konsep Media	66

4.4.1 Jenis Media	66
4.5 Konsep Bisnis	68
4.5.1 Biaya media	69
4.5.2 Biaya Desain	69
4.5.3 Co – Promotions	70
4.6 Hasil Perancangan	74
BAB V	82
PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	87