

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERMASALAHAN	2
1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH	2
1.2.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.2.3 BATASAN MASALAH	3
1.3 TUJUAN PERANCANGAN	3
1.4 METODE PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS	4
1.4.1 METODE PENGUMPULAN DATA	4
1.4.2 METODE ANALISIS DATA	5
1.5 KERANGKA PERANCANGAN	6
1.6 PEMBABAKAN	7
BAB II TEORI	
2.1 TEORI	8
2.1.1 TEORI DKV	8
2.2.2 TEORI MEDIA CREATIVE	9
2.2.3 TEORI PROMOSI	13
2.2.1 TEORI PERIKLANAN	14
2.2 BATIK GEDHOG TUBAN	16
2.2.1 TENTANG BATIK GEDHOG TUBAN	16
2.2.2 MACAM - MACAM MOTIF BATIK GEDHOG TUBAN	17

2.3 KERANGKA TEORI DAN ASUMSI.....	31
2.3.1 KERANGKA TEORI	31
2.3.2 ASUMSI	31
BAB III DATA	
3.1 DATA	32
3.1.1 DATA PRODUK	32
3.1.2 DATA KHALAYAK SASARAN	36
DATA KHALAYAK SASARAN PRIMER	36
DATA KHALAYAK SASARAN SKUNDER	37
3.1.3 DATA OBSERVASI DAN WAWANCARA	38
OBSERVASI	38
WAWANCARA	40
A. PENGERAJIN BATIK GEDHOG	40
B. UMKM BATIK ZAENAL.....	42
C. UMKM BATIK HM.SHOLEH	45
3.1.4 DATA KUESIONER BERBAGAI MACAM DAERAH TERMASUK TUBAN.....	50
3.1.5 DATA KUESIONER BERBAGAI MACAM DAERAH DILUAR TUBAN.....	51
3.1.6 DATA PEMBANDING.....	51
A. BATIK KAWUNG	51
3.2 ANALISIS	57
3.2.1 HASIL ANALISIS DATA BATIK GEDHOG TUBAN.....	57
3.2.2 HASIL ANALISIS DATA WAWANCARA	58
3.2.3 HASIL ANALISIS DATA KUESIONER.....	58
3.2.4 HASIL ANALISIS PERBANDINGAN	59
3.2.5 PENARIKAN KESIMPULAN DATA.....	62
3.2.6 SWOT	66
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN	
4.1 KONSEP PERANCANGAN	68

4.1.1 TUJUAN PERANCANGAN	68
4.1.2 SEGMENTASI DAN TARGETING.....	68
3.1.3 POSITIONING	68
4.2 KONSEP PESAN	68
4.3 KONSEP KOMUNIKASI	69
4.3.1 PERSUASIF	69
4.3.2 KOMUNIKATIF	69
4.4 STRATEGI KREATIF	69
4.4.1 ATTENTION.....	70
4.4.2 INTEREST.....	70
3.4.3 SEARCH.....	70
4.4.4 ACTION	70
3.4.5 SHARE	71
4.5 STRATEGI VISUAL.....	71
4.5.1 VISUAL KHALAYAK SASARAN.....	71
4.5.2 GAYA VISUAL	72
3.5.3 TYPOGRAFI	73
4.5.4 WARNA	74
4.6 KONSEP MEDIA	76
4.6.1 MEDIA UTAMA.....	76
A. EVENT	76
4.6.2 MEDIA PENDUKUNG.....	76
A. POSTER TEASER	76
B. MEDIA SOSIAL	76
C. WEBSITE	77
D. PRINT ADS	77
4.7 PERANCANGAN	77
4.7.1 TIMELINE MEDIA.....	77
4.7.2 PERANCANGAN POSTER TEASER	78
4.7.3 PERANCANGAN SOSIAL MEDIA	79
3.7.4 PERANCANGAN WEBSITE	80

4.7.5 PERANCANGAN POSTER EVENT	81
3.7.6 PERANCANGAN EVENT	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN.....	90
5.2 SARAN	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	94