

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| ABSTRAK | xiii |
| <i>ABSTRACT</i> | xiv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.4 Ruang Lingkup..... | 5 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.6 Metode Pengumpulan Data..... | 6 |
| 1.7 Metode Analisis..... | 8 |
| 1.8 Kerangka Penelitian..... | 11 |
| 1.9 Pembabakan | 12 |
| BAB II..... | 14 |
| DASAR PEMIKIRAN..... | 14 |
| 2.1 Pemasaran | 14 |
| 2.1.1 Definisi Pemasaran | 14 |
| 2.1.2 Strategi Pemasaran (STP) | 14 |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran | 15 |
| 2.2 Promosi..... | 16 |
| 2.2.1 Definisi Promosi | 16 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2 Tujuan Promosi | 17 |
| 2.3 Teori <i>Brand Awareness</i> | 18 |
| 2.4 Teori Media Promosi | 18 |
| 2.4.1 Jenis dan Karakteristik Media | 19 |
| 2.4.2 Strategi Media (AISAS)..... | 28 |
| 2.5 Teori Identitas Visual | 29 |
| 2.5.1 Logo..... | 29 |
| 2.5.2 <i>Tagline</i> | 30 |
| 2.5.3 Kemasan..... | 30 |
| 2.6 Teori Elemen Desain | 31 |
| 2.6.1 Warna..... | 31 |
| 2.6.2 Tipografi..... | 33 |
| 2.6.3 Tata letak (<i>layout</i>)..... | 36 |
| 2.6.4 Ilustrasi..... | 39 |
| 2.7 Kerangka Teori dan Asumsi | 40 |
| BAB III..... | 41 |
| DATA DAN ANALISIS | 41 |
| 3.1 Data | 41 |
| 3.1.1 Data Pemberi Proyek | 41 |
| 3.1.2 Data Produk dan Objek yang Digarap | 43 |
| 3.1.3 Data Khalayak Sasaran | 47 |
| 3.1.4 Data Hasil Observasi | 48 |
| 3.1.5 Data hasil wawancara | 57 |
| 3.1.6 Data Hasil Kuesioner | 61 |
| 3.1.7 Data Usaha dan media sejenis | 74 |
| 3.2 Analisis | 81 |
| 3.2.1 Hasil Analisis Data Pemberi Proyek..... | 81 |
| 3.2.2 Hasil Analisis Data Produk atau Objek yang Digarap..... | 82 |
| 3.2.3 Hasil Analisis Data Khalayak Sasar | 83 |
| 3.2.4 Hasil Analisis Data Observasi | 84 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.5 Hasil Analisis Data Wawancara | 84 |
| 3.2.6 Hasil Analisis Kuesioner..... | 85 |
| 3.2.7 Hasil Analisis Data Usaha dan Media Sejenis..... | 86 |
| 3.2.8 Analisis SWOT..... | 92 |
| 3.2.9 Penarikan Kesimpulan | 93 |
| BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN | 95 |
| 4.1 Konsep Pesan | 95 |
| 4.2 Konsep Kreatif | 95 |
| 4.3 Konsep Visual | 96 |
| 4.3.1 Tipografi..... | 97 |
| 4.3.2 Warna..... | 98 |
| 4.3.3 Ilustrasi..... | 99 |
| 4.3.4 Layout | 100 |
| 4.4 Konsep Media | 101 |
| 4.4.1 Jenis Media..... | 101 |
| 4.4.2 AISAS | 102 |
| 4.5 Anggaran Biaya..... | 104 |
| 4.5.1 Biaya Media | 104 |
| 4.6 Hasil Perancangan | 106 |
| 4.6.1 Logo..... | 106 |
| 4.6.2 Elemen Grafis..... | 107 |
| 4.6.3 Kemasan..... | 107 |
| | 109 |
| 4.6.4 Media Sosial <i>Instagram</i> | 109 |
| | 112 |
| 4.6.5 <i>Web banner</i> | 112 |
| | 113 |
| 4.6.6 Buah Tangan set dan Merchandise | 114 |
| 4.6.7 Stationary | 117 |
| BAB V..... | 118 |

| | |
|----------------------------|-----|
| KESIMPULAN DAN SARAN | 118 |
| 5.1 Kesimpulan | 118 |
| 5.2 Saran..... | 119 |
| DAFTAR PUSTAKA | 120 |
| LAMPIRAN | 122 |