

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Bagi Akademik.....	5
1.5.2 Bagi Perancang.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.2 Metode Analisis.....	8
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.2 Promosi	12
2.2.1 Tujuan Promosi	12
2.2.2 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)	13
2.2.3 Strategi Promosi	13

2.2.4	Promosi Penjualan	13
2.2.5	Iklan	13
2.3	Strategi Kreatif	14
2.4	Brand	14
2.4.1	<i>Branding</i>	14
2.4.2	<i>Image Brand</i>	14
2.5	Periklanan (<i>Advertising</i>)	15
2.6	Pesan	15
2.7	<i>Big Idea</i>	15
2.8	Media	16
2.8.1	Media Iklan	16
2.8.2	Media Sosial	16
2.9	AISAS	16
2.10	AOI	16
2.11	Desain Komunikasi Visual	17
2.11.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual	17
2.11.2	Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual	18
2.12	Kerangka Penelitian Teori	20
2.13	Asumsi	21
BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA		22
3.1	Data Pemberi Proyek	22
3.1.1	Logo Play With Pattero	22
3.1.2	Profil Play With Pattero	22
3.1.3	Profil UMKM	23
3.2	Data Permasalahan	24
3.3	Data Empirik	26
3.3.1	Data Observasi	26
3.3.2	Data Wawancara	28
3.3.3	Data Kuisisioner	31
3.3.4	Data Observasi	32
3.3.5	Data Khalayak Sasaran	33
3.4	Data Sejenis	34

3.4.1	Bertjorak	34
3.4.2	In Season Out of Season Studios.....	36
3.5	Analisis Data Sejenis.....	37
3.5.1	SWOT Play With Pattero	37
3.5.2	SWOT Bertjorak.....	38
3.5.3	SWOT ISOOS Studios	38
3.6	Analisis Matriks	39
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		41
4.1	Latar Belakang Masalah dan Solusi	41
4.2	Konsep Pesan	42
4.2.1	Target Audiens	43
4.2.2	AIO (Activity, Interest, Opinion).....	44
4.2.3	<i>What to Say</i>	45
4.2.4	Big Idea	46
4.3	Konsep Kreatif	47
4.3.1	Strategi Komunikasi	47
4.3.2	Strategi Visual	49
4.3.3	Strategi Media	49
4.3.4	Model AISAS	50
4.4	Konsep Visual	51
4.4.1	Refrensi Visual	51
4.4.2	<i>Layout</i>	52
4.4.3	Wujud	52
4.4.4	<i>Color</i>	52
4.4.5	Tipografi.....	53
4.4.6	Logo.....	54
4.5	Hasil Perancangan.....	55
4.5.1	<i>Attention</i>	55
4.5.2	<i>Interest</i>	55
4.5.3	<i>Search</i>	56
4.5.4	<i>Action</i>	56
4.5.5	<i>Share</i>	57

4.6	<i>Timeline Media & Budget</i>	60
4.6.1	<i>Timeline Media</i>	60
4.6.2	<i>Budgeting Media</i>	61
BAB V KESIMPULAN		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		66