

DAFTAR ISI

Laporan Akhir Pengantar Karya Tugas Akhir	1
LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR BAGAN	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian	3
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metodologi Penelitian	4
1.8 Kerangka Penelitian	7
1.9 Pembabakan	8
1.9.1 BAB I PENDAHULUAN	8
1.9.2 BAB II LANDASAN TEORI	8
1.9.3 BAB III DATA DAN ANALISIS	8
1.9.4 BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	8
1.9.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Promosi	9
2.1.1 Tujuan Promosi	9
2.1.2 Bauran Promosi	10
2.2 Periklanan	11
2.2.1 Fungsi Iklan	12
2.2.2 SWOT	12

2.2.3	AOI.....	12
2.3	Desain Komunikasi Visual.....	13
2.3.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	13
2.3.2	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	14
2.4	Media.....	18
2.4.1	Strategi Media (AISAS).....	19
2.4.2	<i>Event and Consumer Experience</i>	19
2.5	Asumsi Penulis	20
2.6	Kerangka Teori.....	21
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		22
3.1	Data Objek Penelitian.....	22
3.1.1	Data Perusahaan	22
3.1.2	Data Promosi Sebelumnya	24
3.1.3	Data Kompetitor Sejenis	25
3.1.4	Data Khalayak Sasaran	28
3.1.5	Data Observasi	29
3.1.6	Data Wawancara	31
3.1.7	Data Kuesioner.....	34
3.2	Analisis	41
3.2.1	Analisis Wawancara.....	41
3.2.2	Analisis Kuesioner	41
3.2.3	AOI.....	42
3.2.4	Matriks Analisis	44
3.2.5	SWOT	45
3.2.6	Kesimpulan Analisis	47
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		48
4.1	Konsep.....	48
4.1.1	Konsep Perancangan	48
4.1.2	Konsep Komunikasi	48
4.1.3	Strategi Pesan.....	48
4.2	Strategi Kreatif	49
4.2.1	Timeline AISAS.....	51
4.3	Konsep Visual	52
4.3.1	<i>Layout</i>	52

4.3.2	Tipografi.....	52
4.3.3	Warna	53
4.3.4	Ilustrasi.....	54
4.4	Hasil Perancangan	54
4.4.1	Media Utama.....	54
4.4.2	Media Pendukung.....	58
4.4.3	<i>Merchandise</i>	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		70