

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.2 Metode Analisis Data	7
1.7 Kerangka Penelitian.....	9
1.8 Pembabakan.....	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Promosi.....	11
2.1.1 Pengertian Promosi	11
2.1.2 Tujuan Promosi.....	11
2.1.3 Bauran Promosi.....	12
2.2 Periklanan	14
2.3 Perilaku Konsumen	15
2.4 Media.....	15
2.4 Desain Komunikasi Visual	20
2.4.1 Unsur-unsur Desain	20
2.4.2 Prinsip-prinsip Desain.....	23
2.4.3 Asas-asas Desain.....	24
2.4.4 Copywriting	25
2.4.5 Tipografi	26
2.4.6 Layout	26

2.4.7 Fotografi.....	28
2.4.8 Videografi	29
2.4.9 Event	30
BAB III.....	31
URAIAN DATA DAN ANALISIS.....	31
3.1 Data Pemberi Proyek.....	31
3.1.1 Profil Perusahaan	31
3.1.2 Data Produk	32
3.1.3 Visi dan Misi.....	34
3.1.4 Sejarah	34
3.1.5 Media Promosi.....	34
3.2 Data Permasalahan	36
3.3 Data Empirik	37
3.3.1 Data Observasi.....	37
3.3.2 Data Wawancara	40
3.3.3 Data Kuesioner	41
3.4 Data Khalayak Sasaran.....	44
3.5 Data Kompetitor	46
3.6 Analisis Data Sejenis.....	54
3.6.1 Analisis SWOT Jari Hitam Ecoprint	54
3.6.2 Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	57
3.6.3 Matriks Penarikan Kesimpulan.....	58
BAB IV.....	60
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	60
4.1 Strategi.....	60
4.1.1 Konsep Perancangan.....	60
4.1.2 Strategi Pesan (Big Idea)	60
4.1.3 Strategi Kreatif.....	62
4.1.4 Strategi Komunikasi	63
4.1.5 Strategi Visual.....	63
4.1.4 Strategi Media.....	66
4.2 Hasil Perancangan	70
4.2.1 Poster	70
4.2.2 Website	71

4.2.3 Banner	72
4.2.4 Sosial Media	73
4.2.5 Event	76
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	82
.....	82