

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan.....	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.3 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10

2.1 Promosi	10
2.1.1 Pengertian Promosi.....	10
2.1.2 Tujuan Promosi.....	10
2.2 Media Promosi.....	11
2.2.1 Pengertian Media	11
2.3 Periklanan.....	12
2.3.1 Pengertian Periklanan	12
2.3.2 Fungsi Periklanan	13
2.4 Desain Komunikasi Visual	14
2.4.1 Definisi Desain	14
2.4.2 Prinsip-Prinsip Desain	14
2.4.3 Unsur-Unsur Desain.....	15
2.4.4 Warna.....	16
2.4.5 Tipografi	18
2.4.6 Layout	19
2.4.7 Copywriting	20
2.5 AISAS.....	20
2.6 Bagan Teori	22
BAB III DATA PENELITIAN.....	23
3.1 Data	23
3.1.1 Data Lembaga, Obyek, Pengguna	23
3.1.2 Data Penelitian	24
3.2 Target Audience	29
3.2.1 Data Target Audiens.....	29
3.2.2. Data Kuesioner	32
3.3 Kompetitor.....	41
3.3.1 SWOT	44
3.3.2. Matriks Perbandingan.....	44
3.3.3 Matriks Perbandingan Media Promosi.....	46

3.3.4 Matriks Rangkuman Analisis	46
3.3.5 Penarikan Kesimpulan	47
BAB 4 KONSEP DAN PERANCANGAN	48
4.1 Konsep dan Perancangan Pesan Utama	50
4.1.1 Konsep Pesan Utama	50
4.1.2 Perancangan pesan utama.....	51
4.2 Konsep dan Perancangan Visual Media	53
4.2.1 Konsep Visual Media	53
4.2.2 Hasil Perancangan Visual	61
BAB 5 PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72