

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	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	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Promosi	9
2.1.1 Tujuan Promosi	9
2.1.2 Bauran Promosi	9
2.2 Periklanan (<i>Advertising</i>)	11
2.2.1 Tujuan Periklanan	11
2.2.2 Jenis-Jenis Periklanan	12
2.2.3 <i>Copywriting</i>	13

2.3	Media.....	13
2.3.1	Jenis-Jenis Media	14
2.4	Desain.....	14
2.4.1	Prinsip Desain	14
2.4.2	Unsur-Unsur Desain.....	16
2.4.3	Tipografi.....	18
2.4.4	<i>Layout</i>	23
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		24
3.1	Data Produk.....	24
3.1.1	Data Hasil Wawancara Mengenai Produk	26
3.1.2	Data Hasil Observasi Produk	27
3.2	Data Khalayak Sasaran.....	29
3.2.1	Data Hasil Kuesioner	30
3.3	Data Sekolah Sejenis	33
3.3.1	Analisis SWOT Data Sekolah dan Sekolah Lain.....	33
3.3.2	Analisis Perbandingan Strategi Promosi.....	35
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		37
4.1	Konsep dan Hasil Perancangan Pesan Utama	37
4.1.1	Konsep Pesan Utama	37
4.1.2	Hasil Strategi Perancangan Pesan Utama	38
4.2	Konsep dan Hasil Perancangan Media Visual.....	39
4.2.1	Konsep Strategi Media Visual	39
4.2.2	Hasil Perancangan Media Visual	44
BAB V PENUTUP.....		53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA		54