

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis	5
1.6 Kerangka Perancangan	5
1.7 Pembabakan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Iklan	8
2.2 Promosi	8
2.3 Media	9
2.3.1 Jenis – Jenis Media Luar Ruang	10
2.4 Komunikasi	12
2.4.1 Jenis – Jenis Komunikasi	13
2.5 Desain Komunikasi Visual	14
2.5.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual	14
2.5.2 Prinsip Desain Komunikasi Visual	15

2.5.3 Unsur - Unsur Desain Komunikasi Visual	17
2.6 Kerangka Teori	25
BAB III DATA & ANALISIS	27
3.1 Data UMKM	27
3.2 Data Empirik	28
3.2.1 Data Wawancara	28
3.2.2 Data Observasi	30
3.2.3 Data Khalayak Sasaran	30
3.2.4 Hasil Kuisisioner	31
3.2.5 Data Pesaing	34
3.3 Analisis Data	36
3.3.1 Analisis SWOT	36
3.3.2 Analisis Matriks	37
3.3.3 Kesimpulan Analisis	38
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN	39
4.1 Konsep Perancangan	39
4.1.1 Tujuan	39
4.1.2 Segmentasi dan Targeting	39
4.1.3 Positioning	39
4.2 Konsep Pesan	40
4.3 Konsep Kreatif	41
4.3.1 Konsep Komunikasi	41
4.3.2 Konsep Media	42
4.3.3 Konsep Visual	43
4.4 Hasil Perancangan	47
4.4.1 Poster <i>Attention</i>	47
4.4.2 Poster <i>Interest</i>	48
4.4.3 Konten Media Sosial	49
4.4.4 <i>Photo Booth</i>	50
4.4.5 <i>Twibbon</i>	51
4.4.6 <i>Merchandise</i>	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54

4.1 Kesimpulan	54
4.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	60