

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Metode Perancangan	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data	6
1.7 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Teori Digital Marketing.....	10
2.2 Pemasaran.....	10
2.3 Teori Promosi	11
2.4 Teori Advertising	12
2.4.1 Jenis-jenis Advertising.....	13
2.4.2 Metode Advertising	14
2.5 Teori Media	16
2.6 Teori New Media.....	16
2.7 Teori DKV	17
2.7.1 Teori <i>Layout</i>	18
2.7.2 Teori Warna	19

2.7.3 Teori Tipografi.....	21
1.6 Kerangka Teori.....	22
BAB III	23
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	23
3.1 Profil Umum Perusahaan.....	23
3.1.1 Struktur Organisasi	23
3.1.2 Sejarah LIPI	24
3.1.3 Pengalihan LIPI Press ke Penerbit BRIN	25
3.1.4 Tentang Penerbit BRIN	25
3.1.5 Logo Perusahaan.....	26
3.2 Khalayak Sasaran	28
3.3 Observasi	29
3.4 Wawancara	31
3.5 Analisa Kuesioner	33
3.6 Analisa SWOT	35
BAB IV	38
KONSEP DAN PERANCANGAN	38
4.1 Konsep Perancangan	38
4.1.1 Tujuan	38
4.1.2 Segmentasi dan Targeting.....	38
4.1.3 Positioning	38
4.2 Konsep Pesan	39
4.3 Konsep Kreatif	41
4.3.1 Konsep Komunikasi.....	41
4.4 Konsep Media	42
4.3.3 Konsep Visual	45
4.4 Hasil Perancangan	49
4.4.1 <i>Attention</i>	49
4.4.2 <i>Interest</i>	51
4.4.3 <i>Search</i>	55
4.4.4 <i>Action</i>	59
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70

5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74