

DAFTAR ISI

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK USAHA.....	i
BOLU KEMOJO AL-MAHDI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
1.7 Metode Analisis Data	5
1.8 Kerangka Penelitian	7
1.9 Pembabakan.....	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori	9
1. Promosi	9
A. Tujuan Promosi	9
B. Bentuk dan Bauran Promosi.....	9
C. Media Promosi	11
2. Strategi Media AISAS	11
3. Pemasaran	12
A. Strategi Pemasaran	12

B. Bauran Pemasaran	13
4. Desain Komunikasi Visual.....	13
A. Tipografi.....	13
B. Warna	16
C. Ilustrasi	17
D. <i>Lay-out</i>	18
2.2 Kerangka Teori.....	21
2.3 Asumsi.....	21
BAB III	23
URAIAN DAN ANALISIS DATA	23
3.1 Data	23
1. Data Institusi Pemberi Proyek.....	23
2. Data Produk.....	25
3. Data Khalayak Sasaran	26
4. Data Proyek Sejenis	28
5. Data Wawancara	32
6. Data Observasi	37
7. Data Kuesioner.....	42
3.2 Analisis.....	49
1. Hasil Analisis Data Observasi.....	49
2. Analisis Customer Journey berdasarkan AISAS	49
3. Analisis SWOT	50
4. Analisis Bauran Pemasaran.....	52
5. Analisis Data Kuesioner.....	52
6. Analisis Matriks Perbandingan	53
7. Penarikan Kesimpulan	56
BAB IV	59
KONSEP PERANCANGAN	59
4.1 Konsep Pesan	59
4.2 Konsep Kreatif	60
4.3 Konsep Visual	60
4.4 Konsep Media	65
4.5 Konsep Bisnis	69
4.6 Hasil Perancangan.....	71

BAB V.....	83
PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87