

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6 Kerangka Penelitian	6
1.7 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Promosi	9
2.2 Periklanan	12
2.3 Teori Visual	18
2.4 Teori Desain Komunikasi Visual	21
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	22
3.1 Data Produk	22
3.2 Data Target Audience	25
3.3 Data Kompetitor	34
3.4 Data Big Idea	39
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	42
4.1 Konsep	42
4.2 Strategi Media	44
4.3 Hasil Perancangan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58