

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL PERANCANGAN TVC YAYASAN MENEMBUS BATAS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING PERANCANGAN TVC YAYASAN MENEMBUS BATAS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERANCANGAN TVC YAYASAN MENEMBUS BATAS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.....	viii
PROMOTIONAL STRATEGY DESIGN FOR MENEMBUS BATAS FOUNDATION WEBSITE	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
1.6.1 BAB 1 PENDAHULUAN	6
1.6.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN	6
1.6.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	7
1.6.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	8

2.1.2 Strategi Promosi	8
2.1.3 Teori Iklan	9
2.1.4 Layout	12
2.1.5 Tipografi	13
2.1.6 Gambar	13
2.1.7 Teori Kesadaran Merek/ <i>Brand Awareness</i>	13
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	19
2.4 Asumsi	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.1.2 Populasi dan Sampel	21
3.1.3 Fokus Penelitian	22
3.1.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.1.5 Metodologi Perancangan	25
3.1.6 Uji Validitas Data	27
3.1.7 Skala Pengukuran	28
3.1.8 Skema Tahapan Penelitian	29
3.1.9 Analisis Penelitian	29
3.1.10 Analisis Deskriptif	29
3.1.11 Metode Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Menembus Batas	34
4.1.2 Data Pengunjung Menembus Batas	34
4.1.3 Informasi Objek Penelitian.....	35
4.1.4 Strategi Promosi	37
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Analisis Data Kuesioner	41
4.2.3 Analisis Data Wawancara	57
4.2.4 Rangkuman Hasil Wawancara.....	59

4.3 Analisis Hasil Penelitian.....	60
4.3.1 Analisis Studi Banding	60
4.3.2 Analisis Kompetitor	61
4.3.4 Analisis SWOT	68
4.4 Pembahasan dan Hasil.....	72
4.5.1 Storyline	72
4.5.2 Storyboard	84
4.5.3 Prototype	89
4.5.4 Video Hasil Perancangan	89
4.5.5 Rancangan Anggaran Biaya	90
4.5.4 Testing Prototype.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Limitasi Penelitian.....	96
5.3 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98