

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Metode Analisis Data	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Analisis Data	6
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Pemasaran	9
2.1.1 Definisi Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran	9
2.1.3 Teori Periklanan (Tujuan Komunikasi)	11
2.1.4 Teori Media	12
2.2 Teori Promossi	13
2.3 Teori Media Promosi	13
2.4 Teori Desain Komunikasi Visual	14

2.4.1	Teori Layout	14
2.4.2	Teori Warna	19
2.4.3	Teori Tipografi.....	21
2.5	Kerangka Teori.....	23
2.6	Asumsi.....	24
BAB III.....		24
DATA DAN ANALISIS.....		25
3.1	DATA.....	25
3.1.1	Pemberi Proyek.....	25
3.1.2	Data Khalayak Sasaran	27
3.1.3	Data Observasi, Data Visual, Wawancara dan Kuesioner.....	28
3.2	ANALISIS DATA.....	48
3.2.1	Analisis Data Obyek Penelitian	48
3.2.2	Analisis Data Wawancara.....	50
3.2.3	Analisis Data Kuisisioner	51
3.2.4	Analisis SWOT	52
3.3	Kesimpulan.....	53
BAB IV		54
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		54
4.1	Konsep Pesan.....	54
4.1.1	Big Idea.....	54
4.1.2	Tujuan Pesan.....	54
4.1.3	Strategi Komunikasi	55
4.2	Konsep Kreatif.....	56
4.3	Konsep Visual	57
4.3.1	Warna.....	58
4.3.2	Tipografi	58
4.3.3	Elemen Visual.....	59
4.3.4	Tata Letak	60
4.3.5	Ilustrasi.....	60
4.4	Proses Perancangan	61
4.5	Hasil Perancangan	63
4.5.1	Media Utama.....	64
4.5.2	Media Pendukung	65

BAB V.....	66
PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67