

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	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 Pengumpulan Data dan Analisa	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Analisa.....	5
1.6 Kerangka Penelitian	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Teori Pemasaran	8
2.1.1 Strategi Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Teori Matriks Ansoff.....	11
2.1.4 Teori Analisa Kompetitor (<i>Perceptual Mapping</i>)	12
2.1.5 <i>Product Life Cycle</i>	12
2.2 Teori <i>Branding</i>	13
2.2.1 Teori <i>Brand Communication</i>	13

2.3	Teori Media	13
2.3.1	Strategi Media (AISAS).....	14
2.3.2	Media <i>Planning</i>	15
2.4	Teori Animasi 2D	16
2.4.1	Prinsip Animasi 2D	17
2.5	Teori Komik	17
2.5.1	Komik Digital	18
2.5.2	Komik Bisu	18
2.6	Teori Desain komunikasi Visual	19
2.6.1	Unsur Desain.....	19
2.6.2	Psikologi Warna	24
2.6.3	Teori Ilustrasi	24
2.6.4	Teori Tipografi	27
2.6.5	Teori Tata Letak	29
2.7	Kerangka Teori.....	31
2.8	Asumsi	32
BAB III		33
DATA DAN ANALISIS		33
3.1	Data	33
3.1.1	Data Pemberi Proyek.....	33
3.1.2	Data Objek Penelitian	35
3.1.3	Data Khalayak Sasar	37
3.1.4	Data Observasi	38
3.1.5	Data Wawancara.....	41
3.1.6	Data Objek Serupa	49
3.2	Analisa.....	57
3.2.1	Analisa Pemberi Proyek.....	57
3.2.2	Analisa Data Objek Penelitian (<i>Marketing Mix</i>).....	57
3.2.3	Analisa Ansoff Matriks	57
3.2.4	Analisa Khalayak Sasaran.....	58
3.2.5	Analisa Observasi.....	58
3.2.6	Analisa Wawancara	59
3.2.7	Analisa Proyek Sejenis.....	61
3.2.8	<i>Customer Journey</i>	63

3.2.9	<i>Analisa Customer Insight</i>	64
3.2.10	<i>Analisa Product Life Cycle</i>	65
3.2.11	<i>Analisa Kompetitor</i>	65
3.2.12	<i>Analisa Unique Selling Point (USP)</i>	66
3.3	Kesimpulan Analisa Data	66
BAB IV		68
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		68
4.1	Konsep Perancangan	68
4.1.1	Konsep Pesan	68
4.1.2	Konsep Kreatif	71
4.1.3	Konsep Visual	71
4.1.4	Konsep Media	75
4.2	Proses Perancangan	80
4.2.1	<i>Mind Mapping</i>	80
4.2.2	Sketsa	80
4.3	Hasil Perancangan	81
4.3.1	<i>Media Online</i>	81
4.3.2	<i>Media Cetak</i>	86
BAB V		90
KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Keimpulan	90
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		94