

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	xi
BAB I	12
PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Permasalahan	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Ruang Lingkup	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	15
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	15
1.5.2 Analisis	16
1.5 Pembabakan	16
BAB II	18
LANDASAN TEORI	18
2.1 Teori Pemasaran	18
2.1.1 Brand Marketing	18
2.1.2 Strategi Pemasaran	18
2.1.3 Bauran Pemasaran	19
2.1.4 Teori Analisis Kompetitor (<i>Perceptual Mapping</i>)	19
2.2 Brand Activation	20
2.2.1 Aspek-aspek <i>Brand Activation</i>	21
2.2.2 Bentuk-bentuk brand activation	22
2.3 Teori Booth dan Stan	22
2.3.1 Teori Ergonomik	24
2.4 Teori Desain komunikasi Visual	24
2.4.1 Unsur Desain	25
2.4.2 Teori Ilustrasi	29

2.4.3 Teori Tipografi.....	31
2.4.4 Teori Tata Letak / <i>Layout</i>	33
2.5 Teori SWOT	35
2.5.1 SWOT Matrix:.....	36
2.6 Teori analisis khalayak sasaran	36
2.6.1 Observasi:.....	36
2.6.2 STP (Segmentation, Targeting, Positioning):	37
2.6.3 Kuesioner:	38
2.6.4 Wawancara:	39
2.7 Strategi Media (AISAS).....	39
2.8 Asumsi	41
BAB III	42
DATA DAN ANALISIS	42
3.1 Data.....	42
3.1.1 Data Pemberi Proyek.....	42
3.1.2 Data Objek Penelitian.....	44
3.1.3 Data Khalayak Sasar (STP)	47
3.1.4 Data Observasi.....	48
3.1.5 Data Wawancara	49
3.1.6 Data Kuesioner	56
3.1.7 Data Objek Serupa.....	60
3.2 Analisis Data	65
3.2.1 Analisis Pemberi Proyek.....	65
3.2.2 Analisis Data Objek Penelitian (<i>Marketing Mix</i>).....	66
3.2.3 Analisis Khalayak sasaran	66
3.2.4 Analisis Observasi	67
3.2.5 Analisis Wawancara.....	68
3.2.6 Analisis Kuesioner.....	70
3.2.7 Analisis Proyek Sejenis	71
3.3 Kesimpulan Analisis Data	73
BAB IV	76
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	76
4.1 Konsep Perancangan	76
4.1.1 Konsep Pesan	76
4.1.2 Konsep Kreatif.....	78
4.1.3 Konsep Visual	79

4.1.4 Konsep Media	81
4.2 Konsep Bisnis.....	84
4.3 Proses perancangan	84
4.2.1 Mind Mapping	85
4.2.2 Sketsa.....	86
4.3 Hasil Perancangan	88
4.3.1 Media Utama.....	88
4.3.2 Media Pendukung.....	93
BAB V.....	97
KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	97