

DAFTAR ISI

LEMBAR PEGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Masalah Perancangan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.2.3 Ruang Lingkup	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Metode Penelitian.....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6. Kerangka Perancangan	6
1.7. Pembabakan.....	9
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi	10
2.1.1 Fungsi Dasar Komunikasi	10
2.1.2 Tujuan Komunikasi	11
2.1.3 Proses Komunikasi	12
2.2. Pemasaran.....	13
2.2.1 Bauran Pemasaran	14

2.2.2	Tujuan Pemasaran.....	15
2.2.3	Komunikasi Pemasaran	16
2.2.4	Proses Komunikasi Pemasaran	16
2.3.	Promosi.....	18
2.3.1	Tujuan Promosi.....	18
2.3.2	Bauran Promosi	19
2.4.	Pertunjukan Musik	20
2.4.1	Penyajian Musik	21
2.4.2	Prinsip Pertunjukan Musik	22
2.5.	Media.....	22
2.5.1	Jenis Media	23
2.6	Periklanan	24
2.6.1	Tujuan Iklan.....	24
2.6.2	Jenis Iklan Berdasarkan Fungsi	25
2.7.	Desain Komunikasi Visual.....	27
2.7.1	Unsur Visual	27
2.7.2	Prinsip Komposisi.....	29
2.7.3	Tipografi	31
2.7.4	Layout.....	33
2.7.5	Fotografi	35
2.8.	Komunikasi Massa	35
2.9.	Teori Psikologi Dewasa Dini	35
2.10.	Musik.....	37
2.10.1	Musik Keronncong	38
2.10.2	Jenis Musik Keronncong	38
2.10.3	Alat Musik Keronncong	39
2.10.4	Perkembangan Musik Keronncong di Bandung.....	39
2.11.	Teori SWOT	39
2.12.	Teori Matriks SWOT.....	40
2.13.	Teori AIO.....	41
2.14.	Teori AISAS	41

BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1. Data	42
3.1.1 Jempol Jenthik Orkes Keroncong.....	42
3.2. Data Produk.....	43
3.2.1 Profil Jempol Jenthik Orkes Keroncong	43
3.2.2 Personil Jempol Jenthik Orkes Keroncong	44
3.2.3 Album Jempol Jenthik Orkes Keroncong	47
3.2.4 Pengalaman Jempol Jenthik Orkes Keroncong	48
3.2.5 Data Khalayak Sasaran.....	48
3.2.6 Pendekatan AIO	49
3.3 . Data Kompetitor	51
3.3.1 Orkes Keroncong De Oemar Bakrie.....	51
3.3.2 Keroncong Tujuh Putri	52
3.4. Data Hasil Observasi, Wawancara	53
3.4.1 Observasi	53
3.4.2 Wawancara	56
3.5. Analisa Data	58
3.5.1 Analisa SWOT	58
3.5.2 Analisa Matriks SWOT	60

BAB VI. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1. Konsep Perancangan	61
4.2. Proses Perancangan	61
4.2.1 Strategi Pendekatan	62
4.2.2 Strategi Komunikasi	62
4.2.3 Strategi Kreatif	63
4.2.4 Strategi Pesan	64
3.2.5 Strategi Visual	65
4.2.6 Strategi Media	66
4.2.7 Konsep Pertunjukan Musik	68
4.3 . Konsep Kreatif	73

4.4.	Konsep Visual	73
4.4.1	Identitas Acara.....	73
4.4.2	Tata Letak.....	75
4.4.3	Tipografi	76
4.4.4	Fotografi	78
4.4.5	Warna	79
4.5.	Visualisasi Karya.....	81
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		