

DAFTAR ISI

HAMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Ruang Lingkup.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.6 Cara Pengumpulan data.....	6
1.6.1 Cara Survey.....	6
1.7 Cara Analisis.....	7
1.7.1 Analisis SWOT.....	7
1.7.2 Analisis STP.....	7
1.8 Kerangka Penelitian.....	8
1.9 Pembabakan.....	9
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Marketing.....	10
2.1.1 Marketing mix.....	11
2.1.2 Promosi.....	12
2.1.3 Promotion mix.....	14
2.1.4 Advertising.....	16

2.2 Brand.....	17
2.2.1 Brand Equity.....	18
2.2.2 Brand Awareness.....	18
2.2.3 Brand Position.....	19
2.2.4 Coorporate Identity.....	19
2.3 Teori Komunikasi.....	21
2.3.1 Komunikasi Massa.....	23
2.3.2 Tagline.....	24
2.4 Teori Media.....	25
2.5 Teori Visual.....	27
2.5.1 Logo.....	28
2.5.2 Layout.....	30
2.5.3 Warna.....	30
2.5.4 Tipografi.....	36
2.6 Teori Analisis.....	36
2.6.1 Analisis SWOT.....	37
2.6.2 Matriks Analisis SWOT.....	38
2.6.2 Analisis STP.....	39
BAB 3 PENGUMPULAN DATA	
3.1 Gambaran umum perusahaan.....	41
3.1.1 Logo.....	41
3.1.2 Maskot PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	44
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
3.1.4 Budaya Perusahaan.....	46
3.1.5 Struktur organisasi.....	47
3.2 Data produk.....	48
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	59
3.4 Data Proyek yang pernah dilakukan dan penilaiannya.....	61
3.4.1 Permintaan dari perusahaan.....	61
3.4.2 Promosi yang telah dilakukan.....	62
3.5 Data Pesaing.....	67
3.5.1 Cipaganti.....	67

3.5.2 Baraya.....	70
3.6 Data Hasil Wawancara.....	73
3.6.1 Wawancara ahli.....	73
3.6.2 Wawancara konsumen kereta.....	74
3.6.3 Wawancara konsumen travel.....	75
3.6.4 Kesimpulan wawancara.....	76
3.7 Data hasil kuesioner.....	77
3.7.1 Hasil kuesioner kereta.....	78
3.7.2 Hasil kuesioner travel.....	79
3.7.3 Kesimpulan kuesioner.....	80
3.8 Matriks analisis perbandingan.....	80
3.9 Analisis SWOT.....	81
3.9.1 Strenght (Kekuatan).....	81
3.9.2 Weakness (Kelemahan).....	83
3.9.3 Opportunity (Peluang).....	84
3.9.4 Threath (Ancaman).....	84
3.9.5 Analisis Matriks SWOT yang terpilih.....	86
BAB 4 KONSEP DAN HASILPERANCANGAN	
4.1 Konsep Pesan.....	88
4.1.1 Tujuan.....	88
4.1.2 Sasaran Komunikasi.....	88
4.2 Mindmapping.....	89
4.3 Konsep Kreatif.....	90
4.4 Konsep Visual.....	93
4.4.1 Gaya Gambar.....	93
4.4.2 Layout.....	94
4.4.3 Element Visual.....	94
4.4.4 Warna.....	96
4.4.5 Tipografi.....	97
4.5 Konsep Media.....	99
4.6 Budgeting.....	100
4.7 Perancangan Visual.....	101

4.7.1 Logo.....	101
4.7.2 Pengaplikasian logo dan elemen visual kedalam media.....	105
BAB 5 KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	118