

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.5.1 Metode penumpulan data	4
1.5.2 Metode anaisis data.....	5
1.6 Skema Perancangan	6
1.7 Pembabakan.....	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN	8
2.1 Museum	8
2.1.1 Pengertian Museum	8
2.1.2 Klasifikasi Museum.....	8
2.2 Marketing... ..	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2.2 Promosi	10
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	11
2.3 Komunikasi... ..	12
2.3.1 Pengertian Komunikasi	12
2.3.2 Komunikasi massa.....	12
2.3.3 AISAS.....	13
2.3.4 Tagline.....	14
2.4 Media... ..	14
2.4.1 Pengertian Media	14
2.4.2 Karakteristik Media	15
2.5 Branding... ..	16
2.5.1 Pengertian Branding	16

2.5.2 Tujuan Branding	17
2.6 Desain.....	19
2.6.1 Visual	19
2.6.2 Warna	19
2.6.3 Typografi	24
2.6.4 Layout	30
BAB III DATA DAN ANALISIS	34
3.1 Data dan Fakta	34
3.1.1 Data Museum Mandala Bhakti.....	34
3.1.2 Data Khalayak sasaran	51
3.1.3 Data dan fakta fenomena	52
3.1.4 Data Hasil Wawancara	52
3.1.5 Data Hasil Kuesioner	55
3.1.6 Tinjauan Terhadap Program Terdahulu dan Proyek Sejenis	60
3.2 Analisis	75
3.2.1 Analisis Data Hasil Wawancara... ..	75
3.2.2 Analisis Data Hasil Kuesioner	76
3.2.3 Analisis Perancangan terdahulu	77
3.3 Kesimpulan Data	82
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN	84
4.1 Konsep	84
4.1.1 Konsep Pesan	84
4.1.2 Konsep Kreatif	86
4.1.3 Konsep visual	88
4.1.4 Konsep Media	94
4.1.5 Penjadwalan Media	98
4.1.6 <i>Budgeting</i> Media	99
4.1.7 Konsep Bisnis	100
4.2 Perancangan.....	101
4.2.1 Identitas Visual Museum Mandala Bhakti.....	101
4.2.2 Media Promosi Museum Mandala Bhakti	107

BAB V PENUTUP	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	126