

## Daftar Isi

Lembar Pengesahan .....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Abstrak .....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	x
BAB I .....	1
Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.1 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup .....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis .....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data.....	5
1.6 Kerangka Perancangan .....	6
1.7 Pembabakan.....	7
BAB II.....	8
Dasar Pemikiran .....	8
2.1 Teori Museum .....	9
2.1.1 Jenis-Jenis Museum .....	9
2.1.2 Fungsi-Fungsi Museum.....	11
2.2 Teori <i>Marketing</i> .....	14
2.1.1 <i>Marketing Mix</i> .....	14
2.1.1.1 Promosi .....	15

2.1.1.2	Strategi Promosi.....	16
2.1.1.2.1	Periklanan.....	16
2.1.1.2.2	<i>Event</i> .....	18
2.2.2	<i>Product Life Cycle</i> .....	18
2.2.3	Marketing Jasa.....	19
2.2.4	Klasifikasi Jasa.....	20
2.3	Teori Komunikasi.....	20
2.3.1	Komunikasi Massa.....	21
2.3.2	AISAS.....	23
2.4	Teori Media.....	23
2.4.1	Jenis Media.....	24
2.4.2	Karakteristik Media atau Saluran.....	27
2.5	Teori Remaja.....	28
2.5.1	Pengertian Remaja.....	28
2.5.2	Massa Remaja.....	29
2.5.3	Karakteristik Remaja.....	29
2.6	Teori DKV.....	30
2.6.1	Elemen-Elemen Visual.....	30
2.6.2	Ilustrasi.....	32
2.6.3	Tipografi.....	33
2.6.4	Warna.....	37
2.6.5	Layout.....	40
2.7	<i>Business Model Canvas</i> .....	44
2.8	Teori Analisis.....	45
2.8.1	Analisis Segmentasi Pasar.....	45
Bab III	.....	47
Uraian Data dan Analisis Masalah	.....	47
3.1	Data dan Fakta.....	47
3.1.1	Hasil Pengumpulan Data.....	47
3.1.2	Tinjauan Terhadap Program Terdahulu dan Proyek Sejenis.....	71

3.2	Analisis Data .....	80
3.2.1	Analisis Data Hasil Observasi.....	80
3.2.2	Analisis Data Hasil Kuisisioner.....	80
3.2.3	Analisis Data Hasil Wawancara.....	81
3.2.4	Matrix Analisis Program Terdahulu dan Pesaing Sejenis.....	82
3.2.5	Analisis Strategi <i>Product Life Cycle</i> Museum Pos Indonesia.....	86
BAB VI.....		88
Konsep & Hasil Perancangan.....		88
4.1	Konsep Komunikasi .....	88
4.1.1	Strategi Komunikasi.....	89
4.2	Konsep Kreatif .....	90
4.3	Konsep Visual .....	92
4.4	Konsep Media.....	98
4.4.1	Pemilihan Media .....	98
4.4.2	Penjadwalan Media .....	102
4.4.3	Budgeting Media.....	105
4.5	Konsep Bisnis.....	107
4.6	Hasil Perancangan .....	109
BAB V.....		119
Penutupan.....		119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran.....	120