

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup Masalah .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Fokus .....	5
1.4 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.5 Kerangka Perancangan.....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Teori <i>Marketing</i> .....	9
2.1.1 <i>Marketing Mix</i> .....	9
2.1.1 Promosi .....	9
2.2 Teori Komunikasi .....	11
2.2.1 AISAS .....	12
2.3 Teori Media .....	12
2.3.1 Seleksi Media .....	14
2.4 Teori Website .....	14
2.4.1 Jenis – Jenis <i>Website</i> .....	14
2.4.2 Fungsi <i>Website</i> .....	16
2.5 Media Sosial .....	17
2.5.1 Jenis – Jenis Media Sosial.....	18

2.6 Teori Desain <i>Website</i> .....	23
2.6.1 Tahap Desain <i>Website</i> .....	24
2.6.2 Image Pada <i>Website</i> .....	25
2.6.3 Kriteria Desain <i>Website</i> yang Baik.....	27
2.6.4 Layout <i>Website</i> .....	32
2.7. Teori Perancangan Visual .....	35
2.7.1 Layout .....	35
2.7.2 Warna .....	36
2.7.3 Tipografi.....	38
2.8 Teori Analisis .....	46
2.7.1 Matriks .....	46
<b>BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS</b> .....	47
3.1 Data .....	47
3.1.1 Sejarah Rikarya <i>Craft</i> .....	47
3.1.2 Data Produk.....	49
3.1.3 Data Media Promosi Rikarya <i>Craft</i> .....	51
3.1.4 Data Khalayak Sasaran .....	56
3.1.5 Data Pesaing .....	57
3.1.6 Data Hasil Wawancara.....	63
3.1.7 Data Hasil Kuisisioner.....	64
3.2 Analisis Data.....	70
3.2.1 Analisis Data Hasil Wawancara .....	70
3.2.2 Analisis Matriks.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	