

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang lingkup	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis Data	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Konstektual	9
2.1.1 Teori Kampanye	9
2.1.2 Teori Periklanan	9
2.1.3 Teori Media dan Media Planning	11
2.2 Teori Elemen Desain Grafis	13
2.2.1 Ilustrasi	13
2.2.2 Typography	13
2.2.3 Warna	14
2.2.4 Layout	16
2.3 Kerangka Teori	23
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA	24
3.1 Data	24
3.1.1 Data Pemberi Proyek/Mitra	24
3.1.2 Data Obyek Penelitian	26
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	29
3.1.4 Data Hasil Wawancara dan Kuesioner	31
3.1.5 Data Proyek Terdahulu dan atau Sejenis	42
3.2 Analisis Data	46

3.2.1	Analisis Data Pemberi Proyek/Mitra	46
3.2.2	Analisis Data Khalayak Sasaran	47
3.2.3	Analisis Data Hasil Wawancara dan Kuesioner.....	48
3.2.4	Analisis Data Proyek Terdahulu dan atau Sejenis	50
3.3	Kesimpulan Hasil Analisis Data	52
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		52
4.1	Konsep Pesan	53
4.1.1	Big Idea	53
4.1.2	Tujuan Pesan	53
4.1.3	Strategi Pesan	53
4.1.4	Tagline/Headline/Judul	54
4.1.5	Konsep Kreatif	54
4.2	Konsep Visual	55
4.2.1	Ilustrasi	55
4.2.2	Tipografi	55
4.2.3	Warna (kasih alasan acuan).....	56
4.2.4	Layout	57
4.3	Konsep Media	57
4.3.1	Jenis Media	57
4.4	Konsep Bisnis	58
4.4.1	Budgeting Media.....	59
4.5	Hasil Perancangan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN.....		71