

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I 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 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.4.1 Tujuan Umum	5
1.4.2 Tujuan Khusus	5
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.5.1 Bagi Akademis.....	5
1.5.2 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi.....	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode yang Digunakan	6
1.6.2 Cara Pengumpulan Data	6
1.6.3 Metode Analisis Data.....	7
1.7 Skema Perancangan	8
1.8 Sistematika Penelitian.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Promosi	10
2.1.1	Pengertian Promosi	10
2.1.2	Tujuan Promosi	10
2.1.3	Bauran Promosi.....	10
2.1.4	Strategi Promosi.....	11
2.2	Periklanan	14
2.2.1	Strategi Kreatif.....	14
2.2.2	Jenis-jenis Media	15
2.2.3	Strategi Media.....	16
2.2.4	Pemilihan Media	18
2.3	Komunikasi	19
2.3.1	Pengertian Komunikasi.....	19
2.3.2	Strategi Komunikasi.....	20
2.3.3	Teknik Komunikasi.....	20
2.3.4	Persuasi Dalam Komunikasi	21
2.4	Desain Komunikasi Visual	22
2.4.1	Logo	22
2.4.2	Warna.....	23
2.4.3	Huruf / Tipografi.....	24
2.4.4	<i>Layout</i>	28

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data Pemberi Proyek	37
3.1.1	Data Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta	37
3.1.2	Data Komunitas Peduli Skizofrenia Indonesia	39
3.2	Data Produk Yap!	40
3.3	Data Khalayak Sasaran	41
3.4	Data Promosi Sejenis	42
3.5	Data Empirik.....	45
3.6	Analisis	46
3.6.1	Metode Analisis SWOT	46

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep Perancangan	37
4.1.1 Tujuan Komunikasi	37
4.1.2 Pendekatan Komunikasi	39
4.1.3 Gaya Bahasa	39
4.2 Strategi Pesan	40
4.3 Strategi Kreatif	41
4.4 Konsep Visual	42
4.4.1 Visual Target Audience dan Indikator	43
4.4.2 Gaya Visual	43
4.4.3 Tipografi	43
4.4.4. Warna	44
4.5 Konsep Media	45
4.6 Media Utama	46
4.6.1 Media Pendukung	46
BAB V KESIMPULAN	46
DAFTAR PUSTAKA	47

