

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
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	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Penelitian	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Kampanye.....	9
2.1.1 Pengertian Kampanye	9
2.1.2 Jenis-jenis Kampanye	10
2.2 Teori Periklanan.....	12
2.2.1 Pengertian Periklanan	12
2.2.2 Tujuan Periklanan	13
2.3 Teori Komunikasi Massa	14
2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	14
2.3.2 Unsur Komunikasi Massa	14
2.3.3 Faktor Penghambat Komunikasi.....	14
2.3.4 AISAS	14

2.4 Teori Media dan Media Planning.....	15
2.4.1 Pengertian Media	15
2.4.2 Billboard	15
2.4.3 Poster	16
2.4.4 Flyer	18
2.4.5 Brosur.....	19
2.4.6 Instagram	19
2.5 Teori Elemen Desain Grafis.....	20
2.5.1 Ilustrasi.....	20
2.5.2 Tipografi	23
2.5.3 Warna.....	26
2.5.4 Layout	30
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA.....	38
3.1 Data.....	38
3.1.1 Dinas Pariwisata Kota Samarinda.....	38
3.1.2 Alamat Kantor.....	38
3.1.3 Data Produk	40
3.1.4 Data Khalayak Sasaran	47
3.1.5 Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner	52
3.1.6 Data Hasil Proyek Terdahulu.....	68
3.2 Analisis Data.....	70
3.2.1 Analisis Data Pemberi Proyek / Mitra	70
3.2.2 Analisis Data Obyek Penelitian	71
3.2.3 Analisis Data Khalayak Sasaran	71
3.2.4 Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner	72
3.2.5 Analisis Data Proyek Terdahulu atau Sejenis	74
3.2.6 Analisis Data <i>Strenght, Weakness, Opportunity dan Treath</i> (SWOT).....	81
3.3 Kesimpulan Hasil Analisis Data	83
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	86
4.1 Konsep Pesan.....	86
4.1.1 Big Idea.....	86
4.1.2 Tujuan Pesan.....	87
4.1.3 Strategi Pesan.....	88

4.1.4 Tagline / Headline / Judul	88
4.2 Konsep Kreatif	90
4.3 Konsep Visual	90
4.3.1 Ilustrasi	91
4.3.2 Tipografi	92
4.3.3 Warna	94
4.3.4 Layout	95
4.4 Konsep Media	95
4.4.1 Jenis Media	95
4.4.2 Strategi Media (AISAS dan <i>Media Planning</i>)	97
4.5 Konsep Bisnis	100
4.6 Hasil Perancangan	103
BAB V PENUTUP.....	123
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	