

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB1.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan MasalaH.....	3
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5. Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1. Bagi Akademis.....	4
1.5.2. Bagi Peneliti.....	4
1.6. Metode Penelitian.....	4

1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2. Metode Analisis.....	5
1.7. Kerangka Perancangan.....	6
1.8. Pembabakan.....	7
1.8.1. BAB 1 Pendahuluan.....	7
1.8.2. BAB 2 Dasar Pemikiran.....	7
1.8.3. BAB 3 Data dan Analisis Masalah.....	7
1.8.4. BAB 4 Konsep dan Perancangan.....	7
1.8.5. BAB 5 Penutup.....	7
BAB 2	8
2.1. Komunikasi.....	8
2.2. Pemasaran.....	8
2.2.1. Bauran Pemasaran.....	9
2.3. Komunikasi Pemasaran.....	10
2.4. Promosi.....	11
2.4.1. Tujuan Promosi.....	11
2.4.2. Bauran Promosi.....	12
2.4.3. Strategi Promosi.....	12
2.5. Advertising.....	13
2.5.1. Fungsi Advertising.....	14
2.5.2. Jenis-Jenis Iklan.....	15
2.6. Media.....	18
2.6.1. Jenis - Jenis Media.....	18

2.6.2. StrategioPemilihan Media.....	19
2.7. New Media.....	20
2.8. Media Sosial.....	20
2.8.1. Social Networking.....	21
2.8.2. MediaoSharing.....	22
2.8.3. SocialaBookmarking.....	23
2.9. Target Audience.....	24
2.10. DesainoKomunikasi Visual.....	25
2.10.1. Prinsip – PrinsipoDesain KomunikasioVisual.....	25
2.10.2. Unsur – Unsur Desain Komunikasi.....	29
BAB 3	34
3.1. Data Institusi.....	34
3.1.1. Sejarah Instax.....	34
3.1.2. Produk-Produk Instax.....	35
3.1.3. Instax Square 6.....	36
3.1.3. Data Pertumbuhan Store dan Penjualan Kamera.....	39
3.1.4. Data Visitor Website.....	39
3.1.5. Promosi yang Sudah Dilakukan.....	40
3.2. Permasalahan.....	42
3.3. Data Khalayak Sasaran.....	42
3.4. Data Sejenis.....	45
3.4.1. Polaroid OneStep2.....	45
3.4.2. Fitur OneStep2.....	46

3.4.3. Promosi yang Dilakukan.....	46
3.4.4. SWOT.....	47
3.5. Data Empirik.....	48
3.5.1. Observasi.....	48
3.5.2 Wawancara.....	49
3.5.3. Kuesioner.....	50
BAB 4	54
4.1. Konsep Perancangan.....	54
4.1.1. Konsep Pesan.....	54
4.1.2. Konsep Kreatif.....	55
4.1.3. Konsep Visual.....	56
4.1.4. Konsep Media.....	57
4.2. Hasil Rancangan.....	58
4.2.1. Rancangan Logo.....	58
4.2.2. Rancangan Poster Event.....	58
4.2.3. Rancangan Ambient Media.....	59
4.2.4. Rancangan Konten Media Sosial.....	60
4.2.5. Rancangan Website.....	61
4.2.6. Rancangan TV'c.....	64
4.2.7. Rundown Acara.....	75
4.2.8. Konsep 3D Event InstaXhibition.....	77
4.2.9. Timeline.....	77
BAB 5	78

5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	78