

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	2
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK.....	5
<i>ABSTRACT</i>	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR	11
BAB I	14
Pendahuluan.....	14
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Ruang Lingkup.....	16
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	17
1.6.1 Pengumpulan Data	17
1.6.2 Analisis	20
1.7 Kerangka Perancangan.....	22
1.8 Pembabakan	23
BAB II	25
2.1 Promosi	25
2.2 Pemasaran	25
2.3 Strategi Pemasaran.....	25
2.4 STP (<i>Segmentating, Targeting, Positioning</i>)	26
2.5 Marketing Mix	28
2.6 Komunikasi Terpadu.....	28
2.7 Media	30
2.7.1 Media Planning	30
2.7.2 Media Strategi.....	31

2.8 Perilaku Konsumen	32
2.8.1 AIO	32
2.9 Warna	33
2.9.1 Karakteristik Warna	33
2.9.2 Jenis-Jenis Warna	34
2.10 Tipografi	35
2.11 Layout	39
2.12 Ilustrasi	40
2.13 Kerangka Teori	41
2.14 Asumsi	42
BAB III	43
3.1 Data	43
3.1.1 Data Pemberi Proyek	44
3.1.2 Data Produk (Pontianak City Run)	46
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	88
3.1.4 Data Wawancara dan Kuesioner	89
3.1.5 Data Produk Sejenis	101
3.2 Analisis	104
3.2.1 Analisis Data Pemberi Proyek	104
3.2.2 Analisis Data Produk	105
3.2.3 Analisis Data Khalayak Sasaran	106
3.2.4 Analisis Matriks Perbandingan	107
3.2.5 Analisis Data Wawancara dan Kuesioner	114
3.2.5 Matriks Penarikan Kesimpulan	118
BAB IV	119
4.1 Konsep Pesan	119
4.1.1 Big Idea	119
4.1.2 Tujuan Pesan	119
4.1.3 Tagline/Headline	120
4.2 Konsep Kreatif	120
4.3 Konsep Visual	120
4.3.1 Ilustrasi	120
4.3.2 Tipografi	121

4.3.3	Warna.....	122
4.3.4	Layout.....	123
4.4	Konsep Media.....	123
4.4.1	Jenis Media.....	123
4.4.2	Strategi Media.....	125
4.5	Konsep Bisnis.....	127
4.5.1	Biaya Media.....	127
4.5.2	Sponsorship.....	128
4.6	Hasil Perancangan.....	130
BAB V	137
5.1	Kesimpulan.....	137
5.2	Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	138