

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.4.1 Apa.....	3
1.4.2 Siapa.....	3
1.4.3 Bagaimana.....	3
1.4.4 Tempat	3
1.4.5 Waktu.....	3
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Metode Pengumpulan Data	4
1.8 Metode Analisis Data	5
1.8.1 Analisis SWOT	5
1.8.2 Kegunaan Analisis SWOT	5
1.8.3 Manfaat Analisis SWOT.....	6
1.8.4 Faktor-faktor Analisis SWOT	6
1.9 Analisis Target Audiens (AOI).....	7
1.10 Kerangka Perancangan.....	8
1.11 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Promosi.....	10
2.1.1 Alat Promosi	10
2.1.2 Bauran Promosi.....	12

2.1.3	Manfaat Bauran Promosi	12
2.2	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	13
2.2.1	Tujuan Iklan	13
2.2.2	Jenis Iklan	14
2.3	Media.....	14
2.3.1	Jenis Media	15
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	15
2.4.1	Ilustrasi.....	16
2.4.2	Warna.....	16
2.4.3	<i>Layout</i>	17
2.4.4	<i>Copywriting</i>	18
2.4.5	Tipografi	18
2.5	AISAS	19
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		21
3.1	Data	21
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek	21
3.1.2	Data Produk yang Digarap (Jurusan).....	25
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	27
3.1.4	Data Wawancara, Observasi dan Dokumentasi.....	28
3.1.5	Data Institusi Kompetitor	30
3.2	Analisis Data Wawancara, Observasi dan Dokumentasi	32
3.2.1	Analisis Data Wawancara.....	32
3.2.2	Analisis Data Observasi.....	32
3.2.3	Analisis Data Dokumentasi	32
3.3	Analisis SWOT Data Perusahaan dan Kompetitor	33
3.4	Analisis AOI.....	33
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		34
4.1	Konsep Pesan	34
4.1.1	<i>Statement</i> Penjualan (Pesan).....	34
4.1.2	<i>Big Idea</i> (<i>Storyline</i>)	35
4.2	Konsep Media	37
4.2.1	Media yang digunakan.....	37
4.2.2	Perencanaan Media.....	37
4.3	Konsep Visual	38
4.3.1	Ide Visual.....	38

4.3.2 Perancangan Visual	41
BAB V KESIMPULAN	52
DAFTAR PUSTAKA	