

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	4
1.5.1 Tujuan.....	4
1.5.2 Manfaat.....	4
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.6.1 Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.3 Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9

2.1	Media Pembelajaran Visual	9
2.2	Sales	10
2.2.1	Tujuan Penjualan.....	10
2.3	Desain Komunikasi Visual	10
2.3.1	Unsur Desain Komunikasi Visual	11
2.1.1	Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	14
2.2	<i>Motion Graphic</i>	16
2.2.1	<i>Proses Produksi Motion Graphic</i>	18
2.4	Animasi	20
BAB III		22
DATA DAN ANALISIS		22
3.1	Data	22
3.2.1	Data Institusi Pemberi Proyek	22
3.1.3	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	22
3.2	Brand Guidelines Perusahaan	24
3.2.1	Logo.....	24
3.2.2	Palet Warna.....	25
3.2.3	Tipografi.....	26
3.2.4	Maskot.....	27
3.2.3	Data Flow kegiatan Sales Process	27
3.2.4	Aplikasi Imarsyt	29
3.3	Data Wawancara Ahli	31
3.4	Data Hasil Observasi.....	34
3.5	Data Khalayak Sasaran	35
3.6	Matriks Perbandingan	35
3.7	Hasil Analisis Data	38
3.7.1	Data Analisis Wawancara.....	38

3.7.2	Data Analisis Observasi.....	39
3.7.3	Data Analisis Matriks	39
3.7.4	Kesimpulan Analisis.....	39
BAB IV	40
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	40
4.1	Konsep Perancangan.....	40
4.1.1	Konsep Pesan	40
4.1.2	Konsep Kreatif	40
4.1.3	Konsep Media	41
4.1.4	Konsep Visual	41
4.2	Proses Perancangan.....	43
4.2.1	Pra Produksi	43
4.2.2	Produksi	49
4.2.3	Pasca Produksi.....	53
4.3	Hasil Perancangan.....	54
4.4	Media Pendukung	56
BAB V	58
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59