

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Tabel	
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	5
1.7 Cara Pengumpulan Data	5
1.8 Karangka Penelitian.....	7
1.9 Pembabakan.....	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Komunikasi.....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	10
2.1.2 Tujuan Komunikasi	10
2.1.3 <i>Tagline</i>	11
2.2 Pemasaran.....	11
2.2.1 Pemasaran	11
2.2.2 Promosi.....	11
2.2.3 Komunikasi Pemasaran IMC.....	13
2.3 Media.....	14
2.3.1 Karakteristik Media.....	15
2.4 Perilaku Konsumen	16

2.5	Desain Komunikasi Visual	17
2.5.1	Unsur-unsur Desain	17
2.5.2	Prinsip Desain.....	21
2.5.3	Warna.....	22
2.5.2	Tipografi	25
2.5.3	<i>Layout</i>	27
2.6	<i>Copywriting</i>	29
BAB III DATA DAN ANALISIS		
3.1	Data dan Fakta	31
3.1.1	Data Museum Sri Baduga.....	31
3.1.2	Data Khalayak Sasaran	34
3.1.3	Perilaku Konsumen	35
3.1.4	Data dan Fakta Fenomena	37
3.1.5	Data Hasil Wawancara	40
3.1.6	Data Hasil Kuesioner.....	42
3.1.7	Tinjauan Promosi yang Sudah dilakukan	49
3.1.8	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	50
3.2	Analisis Permasalahan	52
3.2.1	Analisis Matriks	52
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan		
4.1	Konsep Perancangan.....	56
4.1.1	Konsep Kreatif.....	56
4.1.2	Konsep Pesan.....	57
4.1.3	Strategi Pesan	58
4.1.4	Konsep Media.....	59
4.1.5	Konsep Visual	62
4.2	Proses Perancangan	64
4.2.1	Konsep Logo	64
4.2.2	Referensi Logo	65

4.3 Hasil Perancangan	65
4.3.1 Logo <i>Event</i>	65
4.3.2 3D <i>Event</i>	66
4.3.3 <i>Instagramt</i>	66
4.3.4 <i>Tent Table</i>	67
4.3.5 Poster	67
4.3.6 <i>Billboard</i>	68
4.3.7 <i>Web Banner</i>	68
4.3.8 <i>Ambient Ad</i>	69
4.3.9 <i>Motion Graphic</i>	70
4.3.10 <i>Website</i>	70
4.3.11 <i>Misteri Card</i>	71
4.3.12 <i>Merchandise</i>	72
BAB V Kesimpulan dan Saran	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	
BIODATA.....	