

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	3
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Manfaat Perancangan	5
1.6. Cara Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1. Metode Yang Digunakan	5
1.6.2. Metode Pengumpulan Data	6
1.6.3. Metode Analisis	6
1.7. Kerangka Penelitian	8
BAB I Pendahuluan	9
BAB II Dasar Pemikiran	9
BAB III Data & Analisis	9
BAB IV Konsep & Hasil Rancangan.....	9
BAB V Penutup.....	9
2.1 Promosi	10
2.1.1 Pengertian Promosi	10

2.1.2	<i>Jenis-jenis Promosi</i>	10
2.1.3	<i>Tujuan Promosi</i>	11
2.1.4	<i>Bauran Promosi</i>	12
2.2	<i>Periklanan</i>	13
2.2.1	<i>Pengertian Periklanan</i>	13
2.2.2	<i>Efektivitas Periklanan</i>	14
2.2.3	<i>Strategi Kreatif Periklanan</i>	16
2.3	<i>Brand</i>	17
2.3.1	<i>Brand Awareness</i>	18
2.4	<i>Media</i>	18
2.4.1	<i>Klasifikasi Media</i>	19
2.5	<i>Perilaku konsumen</i>	20
2.5.1	<i>Pengertian Perilaku konsumen</i>	20
2.5.2	<i>Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen</i>	20
2.6	<i>Target Audiens</i>	21
2.7	<i>Desain Komunikasi Visual</i>	22
2.7.1	<i>Pengertian Desain Komunikasi Visual</i>	22
2.7.2	<i>Unsur-unsur Desain</i>	23
2.7.3	<i>Prinsip-prinsip Desain</i>	26
2.8	<i>Tipografi</i>	28
2.8.1	<i>Pengertian Tipografi</i>	28
2.8.2	<i>Klasifikasi Huruf</i>	28
2.8.3	<i>Pedoman penggunaan huruf</i>	30
2.9	<i>Copywriting</i>	31
2.9.1	<i>Pengertian Copywriting</i>	31