

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL PERANCANGAN TVC YAYASAN MENEMBUS BATAS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING PERANCANGAN TVC YAYASAN MENEMBUS BATAS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERANCANGAN TVC YAYASAN MENEMBUS BATAS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.....</b>	<b>viii</b>
<b>PROMOTIONAL STRATEGY DESIGN FOR MENEMBUS BATAS FOUNDATION WEBSITE .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
1.6.1 BAB 1 PENDAHULUAN .....	6
1.6.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN .....	6
1.6.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	7
1.6.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	8

2.1.2 Strategi Promosi .....	8
2.1.3 Teori Iklan .....	9
2.1.4 Layout .....	12
2.1.5 Tipografi .....	13
2.1.6 Gambar .....	13
2.1.7 Teori Kesadaran Merek/ <i>Brand Awareness</i> .....	13
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	19
2.4 Asumsi .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Metode Penelitian .....	21
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.1.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.1.3 Fokus Penelitian .....	22
3.1.4 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.1.5 Metodologi Perancangan .....	25
3.1.6 Uji Validitas Data .....	27
3.1.7 Skala Pengukuran .....	28
3.1.8 Skema Tahapan Penelitian .....	29
3.1.9 Analisis Penelitian .....	29
3.1.10 Analisis Deskriptif .....	29
3.1.11 Metode Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Menembus Batas .....	34
4.1.2 Data Pengunjung Menembus Batas .....	34
4.1.3 Informasi Objek Penelitian.....	35
4.1.4 Strategi Promosi .....	37
4.2 Hasil Penelitian .....	41
4.2.1 Analisis Data Kuesioner .....	41
4.2.3 Analisis Data Wawancara .....	57
4.2.4 Rangkuman Hasil Wawancara.....	59

4.3 Analisis Hasil Penelitian.....	60
4.3.1 Analisis Studi Banding .....	60
4.3.2 Analisis Kompetitor .....	61
4.3.4 Analisis SWOT .....	68
4.4 Pembahasan dan Hasil.....	72
4.5.1 Storyline .....	72
4.5.2 Storyboard .....	84
4.5.3 Prototype .....	89
4.5.4 Video Hasil Perancangan .....	89
4.5.5 Rancangan Anggaran Biaya .....	90
4.5.4 Testing Prototype.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Limitasi Penelitian.....	96
5.3 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>