

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.5.1 Manfaat Akademis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teori Utama	7
2.1.1 Promosi	7
2.1.2 Jenis Media Promosi	7
2.1.3 Bauran Promosi	8
2.1.4 Tujuan Promosi	9
2.1.5 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	9
2.1.6 Media Sosial	9
2.1.7 Jenis-Jenis Media Sosial	9
2.1.8 Media Sosial Instagram	10
2.2 Desain Komunikasi Visual	11
2.2.1 Prinsip Desain	11
2.2.2 Komponen Desain	12
2.3 Teori Pendukung	14

2.3.1	Komunikasi.....	14
2.3.2	Perilaku Konsumen	15
2.4	Penelitian Terdahulu	15
2.5	Kerangka Pemikiran	15
2.6	Sintesis	17
BAB III	METODOLOGI DESAIN	19
3.1	Sistematika Perancangan.....	19
3.2	Metode Pengumpulan Data	20
3.3	Paparan Data	21
3.3.1	Wawancara	21
3.3.2	Observasi	23
3.3.3	Studi Referensi.....	24
BAB IV	ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN.....	29
4.1	Analisis Permasalahan	29
4.2	Konsep Komunikasi.....	29
4.2.1	Jenis Komunikasi.....	29
4.2.2	Komunikasi Verbal.....	30
4.2.2	Segmentasi	30
4.2.4	Strategi Media	31
4.3	Konsep Visual.....	32
4.3.1	Ukuran.....	32
4.3.2	Warna.....	32
4.3.3	Tipografi	33
4.3.4	Sketsa Desain	34
4.4	Hasil Karya	37
4.4.1	Media Utama	37
4.4.2	Media Pendukung.....	43
BAB V	PENUTUP	47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran.....	47
	Daftar Pustaka	49
	Lampiran	50