DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
ABSTRAK iv
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Batasan Masalah 3
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan 4
1.5 Manfaat Perancangan 4
1.6 Profil Klien 5
1.7 Alur Perancangan 6
BAB II DATA & PRINSIP PERANCANGAN 7
2.1 Tinjauan Data Perancangan 7
2.1.1 Wawancara 7
2.1.2 Observasi 9
2.2 Teori dan Prinsip Perancangan 10
2.2.1 Promosi 10
2.2.2 Sidik Jari 11
2.2.3 Analisis SWOT 12
2.2.4 Analisis STP 13
2.2.5 Analisis USP 14
2.2.6 Marketing Mix 7P 15
2.3 Referensi Visual 17

BAB III KONSEP PERANCANGAN.....19
3.1 Strategi Komunikasi 19
3.1.1 Strategi Komunikasi Persuasif 19
3.1.2 Konsep Pesan (Kata Kunci) 19
3.1.3 Tabel Matrik SWOT.....20
3.1.4 Marketing Mix 7P 21
3.2 Target Audiens 23
3.3 Tujuan Komunikasi 24
3.4 Konsep Visual 24
3.4.1 Warna 24
3.4.2 Tipografi.....25
3.4.3 Gaya Visual 26
3.4.4 *Layout*.....26
3.4.5 Ilustrasi.....26
3.5 Konsep Media 27
3.5.1 Strategi Media Komunikasi.....27
3.5.2 Media Perancangan 27
3.5.3 Media Komunikasi 28
3.5.4 Rencana Komunikasi.....30
3.5.5 Konsep Desain.....31
3.5.6 Konsep Video 32
BAB IV PAPARAN KARYA.....33
4.1 *Software* Media Perancangan 33
4.1.1 Adobe Photoshop & Adobe Illustrator.....33
4.1.2 VN 33
4.2 Teknis Produksi.....34
4.2.1 Perancangan pada Media Adobe Photoshop 34
4.2.2 Perancangan pada Media Adobe Illustrator 35
4.2.3 Proses *Editing* di VN.....37

4.3 Hasil Perancangan 38
4.3.1 *e-Book* 38
4.3.2 *X-Banner* 42
4.3.3 *Leaflet Brosur* 43
4.3.4 *Flyer* 46
4.3.5 Instagram 48
4.3.6 TikTok 50
4.3.7 *Tote Bag* 52
4.3.8 *Key Chain* 52
BAB V KESIMPULAN 53
5.1 Kesimpulan 53
5.2 Saran 54
DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN 56
BIODATA PENULIS 62