

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan masalah.....	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.6 Pelaksanaan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Perancangan	8
2.2 Teori Media Promosi	8
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Tujuan Promosi.....	11
2.2.3 Bauran Media Promosi	12
2.3 Definisi Media Promosi	16
2.3.1 Kelebihan Media Promosi.....	18

2.4 Desain	18
2.4.1 Elemen-Elemen Dasar Desain.....	18
2.5 Prinsip-Prinsip Desain	21
2.6 Merchandise.....	22
2.6.1 Definisi Merchandise	22
2.6.2 Manfaat Merchandise.....	24
2.7 Tahap Proses Kreatif Merchandise.....	25
2.7.1 Pembuatan Desain Kreatif.....	25
2.8 Penggunaan Daya Tarik Visual	26
2.8.1 Warna.....	26
2.8.2 Ilustrasi (Illustration).....	27
2.8.3 Tipografi (Typography)	27
2.8.4 Tata Letak (Layout).....	28
2.9 Penggunaan Daya Tarik Fungsional.....	29
2.10 Penggunaan Rumus AIDAS.....	30
2.11 Bright N' Smart	32
BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA.....	34
3.1 Metodologi.....	34
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.1 Metode Observasi.....	35
3.2.2 Briefing dan Wawancara.....	37
3.2.3 Studi Literatur	38
3.2.4 Pengambilan Data	38

3.3 Proses Pembuatan Desain Merchandise	39
3.3.1 Penentuan Konsep.....	39
3.3.2 Isi Merchandise	40
3.3.3 Warna	40
3.3.4 Tipografi.....	42
3.4 Perancangan	43
3.5 Konsultasi	43
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
4.1 Profil CV. ROMBONGKU.....	44
4.2 Sejarah Perusahaan CV. ROMBONGKU	44
4.3 Visi, Misi dan Motto Perusahaan CV. ROMBONGKU	46
4.4 Tujuan Perusahaan CV. ROMBONGKU	47
4.5 Struktur Organisasi CV. ROMBONGKU.....	48
BAB V IMPLEMENTASI KARYA	49
BAB VI PENUTUP	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	63