

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Perancangan	7
2.2 Pemasaran	7
2.2.1 Konsep Pemasaran	8
2.2.2 Bauran Pemasaran	8
2.3 Media Promosi	11
2.3.1 Definisi Media	11

	Halaman
2.3.2 Definisi Promosi	11
2.3.3 Definisi Media Promosi	13
2.4 Brand Awareness	16
2.5 Desain	18
2.6 Desain Komunikasi Visual	19
2.7 Tipografi	19
2.7.1 Jenis – Jenis Huruf	20
2.7.2 Legibility dan Keterbacaan	23
2.8 Layout	24
2.9 Ilustrasi	28
2.10 Simbolisme	29
2.11 Warna	30
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	35
3.1 Teknik Pengumpulan Data	36
3.1.1 Observasi	36
3.1.2 Briefing dan Wawancara	36
3.1.3 Pengumpulan Data	37
3.2 Proses Desain atau Perancangan	38
3.2.1 Konsep	38
3.2.2 Layout	39
3.2.3 Warna	39
3.2.4 Tipografi	40

	Halaman
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	41
4.1 Profile PT. Padipadi Oriva Manggala	41
4.2 Visi dan Misi PT. Padipadi Oriva Manggala	42
4.3 Struktur Organisasi	42
4.4 Peta Lokasi dan Foto Perusahaan	43
BAB V IMPLEMENTASI KARYA	45
5.1 Hasil Karya	45
5.1.1 Stempel	45
5.1.2 Kop Surat	46
5.1.3 Desain Brosur	47
BAB VI PENUTUP	51
6.1 Kesimpulan	51
6.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
BIODATA PENULIS	55