

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.....	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Pelaksanaan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Definisi Media	8
2.2 Definisi Media Promosi	9
2.2.1 Tujuan Media Promosi.....	13
2.2.2 Macam Media Promosi.....	16
2.2.3 Bauran Media Promosi	18

2.3 Event	23
2.3.1 Tujuan Event	23
2.4 Desain	24
2.4.1 Elemen-Elemen Dasar Desain.....	24
2.4.2 Prinsip-Prinsip Desain.....	27
2.4.3 Warna	29
2.4.4 Ilustrasi.....	29
2.4.5 Tipografi.....	30
2.4.6 Layout	30
BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA.....	31
3.1 Metodologi.....	31
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.1 Metode Observasi.....	32
3.2.2 Briefing dan Wawancara.....	34
3.2.3 Studi Literatur	35
3.3 Teknik Analisis Data	35
3.4 Hasil	36
3.4.1 Konsep.....	37
3.4.2 Warna	38
3.4.3 Tipografi.....	39
3.5 Perancangan	40
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	41
4.1 CV. ROMBONGKU.....	41

4.2 Sejarah Perusahaan CV. ROMBONGKU	41
4.3 Visi, Misi dan Motto Perusahaan CV. ROMBONGKU	43
4.4 Tujuan Perusahaan CV. ROMBONGKU	44
4.5 Struktur Organisasi CV. ROMBONGKU.....	45
BAB V IMPLEMENTASI KARYA	46
BAB VI PENUTUP	55
6.1 Kesimpulan	55
6.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	59



INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA
stikom
SURABAYA