

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan	6
1.5 Manfaat Perancangan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Mandana Mas	9
2.2.1 Sejarah Mandana Mas	9
2.2.2 Visi dan Misi	10
2.3 Company Profile	10
2.3.1 Definisi <i>Company Profile</i>	10
2.3.2 Unsur <i>Company Profile</i>	12
2.3.3 Tujuan <i>Company Profile</i>	15

2.3.4 Fungsi <i>Company Profile</i>	16
2.4 <i>Video Profile</i>	17
2.4.1 Format Video	18
2.5 Definisi Audio Visual	21
2.5.1 Audio.....	22
2.5.2 Visual	25
2.6 Media Promosi	31
2.6.1 Definisi Media.....	31
2.6.2 Definisi Promosi	31
2.6.3 Definisi Media Promosi	33
2.6.4 Jenis Media Promosi	34
2.7 Desain.....	35
2.7.1 Prinsip Desain	35
2.8 Website.....	36
2.8.1 Jenis <i>Layout</i> Website	37
2.9 Pengertian HTML	38
2.10 Pengertian <i>Layout</i>	40
2.11 Teori Tipografi.....	41
2.12 Teori Warna	43
2.13 Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>)	44
2.14 STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	46
2.15 SWOT	48
2.16 <i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	50

BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Perancangan Penelitian	52
3.2 Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.1 Observasi	53
3.2.2 Wawancara	53
3.2.3 Dokumentasi	54
3.2.4 Studi Literatur	54
3.2.5 Studi Eksisting	54
3.2.6 Studi Kompetitor	54
3.3 Teknik Analisis Data	55
BAB IV PEMBAHASAN	58
4.1 Hasil dan Analisis Data	58
4.1.1 Observasi dan Wawancara	58
4.1.2 Hasil Dokumentasi	59
4.1.3 Studi Eksisting	60
4.1.4 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	62
4.2 Analisis Kompetitor	63
4.3 Analisis SWOT	65
4.4 <i>USP</i>	68
4.5 <i>Keyword</i>	68
4.6 Deskripsi Konsep	70
4.7 Alur Perancangan Karya	71
4.8 Perancangan Karya	72

4.8.1 Tujuan Kreatif	72
4.8.2 Strategi Kreatif	72
4.9 Perencanaan Media	87
4.9.1 Tujuan Media	87
4.9.2 Strategi Media	87
4.10 <i>Media Budgeting</i>	91
4.11 Implementasi	92
BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106



INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram Penjualan Mandana Mas	1
Gambar 1.2 Foto Perusahaan Mandana Mas.....	2
Gambar 2.1 Video Profil Potensi Wisata Kabupaten Pati.....	9
Gambar 2.2 Piramida Brand Awareness	45
Gambar 4.1 Foto Dokumentasi di Mandana Mas	59
Gambar 4.2 Logo Mandana Mas.....	60
Gambar 4.3 Media Promosi Facebook Mandana Mas	61
Gambar 4.4 Invoice Mandana Mas	61
Gambar 4.5 Website Agabong	64
Gambar 4.6 Video Profil Effy Jewelry Manufacturing.....	65
Gambar 4.7 Keyword Mandana Mas	69
Gambar 4.8 Alur perancangan Karya.....	71
Gambar 4.9 Font Roboto	73
Gambar 4.10 Warna Terpilih	74
Gambar 4.11 Storyboard dan Layout Video Profil Mandana Mas	88
Gambar 4.12 Alternatif Sketsa Desain Website Mandana Mas	89
Gambar 4.13 Alternatif Sketsa Desain Katalog Produk Mandana Mas	90
Gambar 4.14 Video Profil Mandana Mas	92
Gambar 4.15 Desain Website Mandana Mas	95
Gambar 4.16 Implementasi Desain website	95

Gambar 4.17 Katalog Produk Mandana Mas.....	96
Gambar 4.18 Implementasi Katalog Produk.....	103



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Analisis SWOT	67
Tabel 4.2 Media Budgeting.....	91

