

DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO	i
PERSEMBAHAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan	7
1.5 Manfaat	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Pelaksanaan	8
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik.....	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	11

2.1	Profil umum Perusahaan.....	11
2.2	Latar Belakang Perusahaan.....	11
2.3	Visi dan Misi Perusahaan	13
2.3.1	Visi.....	13
2.3.2	Misi	13
2.4	Struktur Organisasi	14
BAB III LANDASAN TEORI.....		15
3.1	Promosi	15
3.2	Media	16
3.3	Definisi Media Promosi	18
3.4	Fungsi Media Promosi	18
3.4.1	Informing (Memberikan Informasi).....	19
3.4.2	Persuading (Membujuk).....	19
3.4.3	Reminding (Mengingatka n).....	19
3.4.4	Adding Value (Menambah Nilai)	19
3.4.5	Assisting (Mendampingi Upaya-Upaya Dari Perusa sahaan)	20
3.5	Jenis-Jenis Media Promosi.....	20
3.5.1	Media ATL (Above The Line)	20
3.5.2	Media BTL (Below The Line)	21
3.5.3	Media TTL (Through The Line)	21
3.6	Desain.....	22
3.7	Pengertian Elemen Dasar Desain.....	22

3.7.1	Garis	23
3.7.2	Bidang (Shape).....	23
3.7.3	Warna	23
3.7.4	Tekstur (Texture)	24
3.7.5	Ukuran.....	24
3.8	Pengertian Layout	24
3.8.1	Kesatuan (unity).....	25
3.8.2	Keseimbangan (Balance)	25
3.8.3	Proporsi (Proportion)	25
3.8.4	Irama (Rhytm).....	26
3.8.5	Dominasi (Domination)	26
3.9	Tipografi.....	27
3.10	Teori Warna	28
3.11	Definisi Brosur.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Analisa Sistem	33
4.2	Hasil Karya	34
4.3	Desain Media Promosi Brosur Paud Nirmala.....	34
4.3.1	Proses Desain Brosur	35
4.3.2	Sketsa.....	36
4.3.3	Proses Editing	37
4.3.4	Finally Desain Brosur	38

BAB V PENUTUP.....	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	44
BIODATA PENULIS	51

