

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II. LANDASAN TEORI PERANCANGAN PROMOSI	
GROFWOOD	
II.1 Kayu	5
II.1.1 Pengertian Kayu	5
II.1.2 Jenis-jenis kayu	6
II.1.3 Kayu olahan	9
II.1.4 Olahan kayu	11
II.1.5 Olahan Kayu Pinus	14
II.1.6 Produsen Kayu Pinus	16
II.2 Objek Penelitian	16

II.2.1 Grofwood	16
II.2.2 Profil Grofwood	17
II.3 <i>Marketing Background</i>	22
II.3.1 Situasi Pasar	22
II.3.2 Peta Persaingan	22
II.3.3 Pesaing Langsung	25
II.3.4 Analisa SWOT	26
II.3.5 Persepsi Masyarakat.....	28
II.4 Resume.....	28
II.5 Solusi Perancangan	29
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	
III.1 Khalayak Sasaran.....	30
III.1.1 Segmentasi.....	30
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	31
III.1.3 <i>Consumer Journey</i>	31
III.1.4 <i>Positioning</i>	33
III.2 Strategi Perancangan.....	33
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	34
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	34
III.2.3 Mandatory.....	38
III.2.4 Sifat Pesan.....	38
III.2.5 Gaya Bahasa.....	38
III.2.6 Materi Pesan.....	39
III.2.7 Strategi Kreatif.....	39
III.2.8 Strategi Media.....	48
III.2.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	50
III.3 Konsep Visual.....	51
III.3.1 Format Desain.....	51
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>).....	52
III.3.3 Tipografi.....	54
III.3.4 Ilustrasi.....	56

III.3.5 Warna.....	57
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	
IV.1 Media Utama.....	59
IV.1.1 Teknis Produksi.....	60
IV.1.2 Pra Produksi.....	63
IV.1.3 Produksi.....	65
IV.1.4 Pasca Produksi.....	67
IV.2 Media Pendukung.....	68
IV.2.1 Media Pengingat / <i>Merchandise</i>	72
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	77
SURAT PENYATAAN KETERANGAN PUBLIKASI.....	79
RIWAYAT HIDUP	80

