

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	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	5
I.5.1 Tujuan Perancangan	5
I.5.2 Manfaat Perancangan	5
BAB II. JAKET WILD	6
II.1 Landasan Teori	6
II.1.1. Perkembangan Jaket	6
II.1.2. Fungsi Jaket	7
II.1.3. Jenis – Jenis Jaket	7
II.1.4. <i>Wild Outdoor Jacket</i>	9
II.2. Profil Pasar Pendaki	10
II.2.1. Tentang Perusahaan	10
II.2.2. Karya Yang Dihasilkan Pasar Pendaki	12
II.3. Objek Penelitian	13
II.3.1 Subjek Penelitian	13

II.3.2. Metode Pengumpulan Data	14
II.4. Analisis	14
II.4.1. Analisis SWOT	14
II.4.2. Observasi	16
II.4.2.1. Observasi Tidak Langsung	16
II.4.3. Kuesioner	17
II.4.4. Karakteristik Responden	25
II.5. Promosi	30
II.5.1. Jenis-Jenis Promosi	30
II.6. Resume	31
II.7. Solusi Perancangan	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	32
III.1 Khalayak Sasaran	32
III.1.1. Demografis	32
III.1.2. Geografis	32
III.1.3. Psikografis	33
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	33
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	35
III.2. Strategi Perancangan	35
III.2.1. Tujuan Komunikasi	36
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	36
III.2.3. Strategi Komunikasi	38
III.2.4. Materi Pesan	39
III.2.5. Gaya Bahasa	39
III.2.6. Strategi Kreatif	40
III.2.7. Strategi Media	40
III.2.8. Strategi Distribusi Media	43
III.3. Konsep Visual	45
III.3.1. Format Desain	45
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	50
III.3.3. Tipografi	55

III.3.4. Ilustrasi	57
III.3.5. Warna	61
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	62
IV.1. Teknis Produksi	62
IV.2. Media Utama	65
IV.3. Media Pendukung	67
BAB V. KESIMPULAN	74
V.1. Kesimpulan	74
V.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	76