DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
SURAT KETERANGAN PENYERAHAN HAK EKSKLUSIF iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR xi

BAB I
PENDAHULUAN 1
I.1. Latar Belakang Masalah 1
I.2. Identifikasi Masalah 3
I.3. Rumusan Masalah 4
I.4. Batasan Masalah 4
I.5. Tujuan Perancangan 4
I.6. Manfaat Perancangan 5

BAB II
TREN WARNA ‘SOBHA VARNA’ PRODUK MUSTIKA RATU 6
II.1. Kosmetik 6
II.1.1. Definisi Kosmetik 6
II.1.2. Kosmetik Semi-Tradisional 7
II.1.3. Kosmetik Riasan (Dekoratif atau *Makeup*) 7
II.1.4. Definisi Tren Warna 8
II.2. *Brand* 9
II.2.1. Definisi *Brand* 9
II.2.2. Pemasaran 10
II.2.3. Promosi 10
II.3. Tren Warna ‘Sobha Varna’ Mustika Ratu 11

II.3.1. Sejarah Mustika Ratu 11
II.3.2. Tren Warna Mustika Ratu 13
II.3.3. Produk Tren Warna ‘Sobha Varna’ 14
II.3.3.1. Konsep Produk 15
II.3.3.2. Rangkaian Produk 15
II.3.3.3. Pemasaran Produk 16
II.3.3.4. Promosi Produk 17
II.4. Analisa Data 19
II.4.1. Kuesioner 19
II.4.2. Analisa SWOT dan TOWS 20

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 23
III.1. Khalayak Sasaran 23
III.2. Strategi Perancangan 23
III.2.1. Pendekatan Komunikasi 23
III.2.2. Strategi Kreatif 25
III.2.3. Strategi Media 28
III.2.4. Strategi Distribusi 30
III.3. Konsep Visual 31
III.3.1. Format Desain 31
III.3.2. Tata Letak (*Layout*) 33
III.3.3. Tipografi 35
III.3.4. Ilustrasi 36
III.3.5. Warna 38

BAB IV

TEKNIS PRODUKSI MEDIA 40
IV.1. Teknis Produksi 40
IV.2. Aplikasi Media 43

DAFTAR PUSTAKA 57

LAMPIRAN 59
RIWAYAT HIDUP 62