DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR LAMPIRAN xi

Bab I : PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4. Batasan Masalah 3
I.6. Tujuan Perancangan 3

Bab II : SEKOLAH SEPAK BOLA VIKING 4
II.1 Landasan Teori 4
II.1.1 Pengertian Sepak Bola 4
II.1.2 Pelatihan Sepak Bola Usia Dini 4
II.1.3 Pembinaan Sepak Bola Usia Dini 5
II.1.4 Sekolah Sepak Bola 7
II.2 Objek Penelitian 7
II.2.1 Profil Sekolah Sepak Bola Viking 7
II.2.2 Pengertian Promosi 12
II.2.3 Bauran Promosi 13
II.2.4 Periklanan 13
II.2.5 Penjualan Langsung 14
II.2.6 *Personal Selling* 14
II.2.7 Publisitas 15

II.3 Data Lapangan 15
II.3.1 Teori 15
II.3.2 Observasi dan Wawancara 15
II.4 Analisa 16
II.4.1 Hasil Wawancara 16
II.4.2 Analisa 5W+1H 16
II.4.3 Analisa SWOT 17
II.5 *Target Audience* 18
II.5.1 Demografi 18
II.5.2 Geografis 18
II.5.3 Psikografis 18
II.6 Resume 19

Bab III : STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 20
III.1 Strategi Perancangan 20
III.1.1 Tujuan Komunikasi 20
III.1.2 Pendekatan Komunikasi 20
III.1.2.1 Pendekatan Visual 20
III.1.2.2 Pendekatan Verbal 21
III.1.3 Materi Pesan 21
III.1.4 Gaya Bahasa 21
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 21
III.1.5.1 *Consumer Journey* 21
III.1.6 Strategi Kreatif 22
III.1.6.1 Pendekatan Kreatif 22
III.1.6.2 *Positioning* 23
III.1.6.3 *Copywriting* 23
III.1.6.4 Visualisasi 24
III.1.7 Strategi Media 24
III.1.7.1 Media Utama 24
III.1.7.1 Media Pendukung 24
III.1.8 Strategi Distribusi 26

III.2 Konsep Visual 28
III.2.1 Format Desain 28
III.2.2 Tata Letak 30
III.2.3 Huruf 30
III.2.4 Ilustrasi 31
III.2.5 Warna 31

Bab IV : MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 33
IV.1 Tahapan Produksi 33
IV.1.1 Pra-Produksi 33
IV.1.2 Produksi 33
IV.1.3 Pasca-Produksi 33
IV.2 Teknis Produksi 34
IV.2.1 Media Utama 34
IV.2.2 Media Pendukung 34

DAFTAR PUSTAKA 41
LAMPIRAN 43
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI 54
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 55