

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORSINILITAS KARYA TUGAS AKHIR	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 dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	5
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5
BAB II PEMBAHASAN MENGENAI RETAIL DAN PERILAKU	
KONSUMEN	6
II.1.1 Perusahaan	6
II.1.2 Jenis-Jenis Perusahaan.....	7
II.1.3 Retail.....	8
II.1.4 Produk.....	9
II.1.5 Produk Lokal.....	9
II.1.6 Produk Impor	9
II.1.7 Kualitas Produk.....	10
II.1.8 Citra Produk	10
II.1.9 Fungsi Produk	11

II.1.10 Konsumen	12
II.1.11 Loyalitas Konsumen	12
II.1.12 Perilaku Konsumen.....	12
II.1.13 Fesyen	13
II.1.14 Promosi	14
II.1.15 Tujuan Promosi	14
II.2.1 Retail Produk Olahraga.....	15
II.2.2 Perilaku Konsumen Terhadap Produk Lokal	17
II.2.3 Perilaku Konsumen Terhadap Produk Olahraga.....	18
II.2.4 Promosi Produk Olahraga	18
II.3. Analisis Objek.....	19
II.3.1 Objek.....	19
II.3.1.1 DBL Store Bandung	19
II.3.1.2 PT. DBL Indonesia	20
II.3.2 Hasil Observasi	20
II.3.2.1 Produk DBL Store	20
II.3.2.2 Produk Unggulan DBL Store	21
II.3.2.3 Produk DBL Produk Lokal	21
II.3.2.4 Pengunjung DBL Store Bandung	22
II.3.2.5 Promosi DBL Store Bandung.....	22
II.3.2.6 Analisis SWOT DBL Store Bandung	23
II.3.3 Kuesioner Pengetahuan Masyarakat Terhadap DBL Store Bandung.....	23
II.4 Resume	30
II.5 Solusi Perancangan.....	31
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	32
III.1 Target Khalayak	32
III.2 Strategi Perancangan	34
III.2.1 Tujuan Komunikasi	35
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	35
III.2.2 Pendekatan Komunikasi Verbal.....	35
III.2.2 Pendekatan Komunikasi Visual	35

III.2.3 <i>Mandatory</i>	37
III.2.4 Materi Pesan	37
III.2.5 Gaya Bahasa	38
III.2.6 Strategi Kreatif.....	39
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	39
III.2.6.2 Visualisasi	40
III.2.7 Strategi Media	41
III.2.7.1 Media Utama.....	41
III.2.7.2 Media Pendukung.....	41
III.2.8 Strategi Distribusi Media.....	44
III.3 Konsep Visual.....	45
III.3.1 Format Desain	46
III.3.2 Tata Letak	46
III.3.3 Tipografi	47
III.3.4 Ilustrasi	49
III.3.5 Warna	52
BAB IV MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI	53
IV.1 Teknis Produksi	53
IV.1.1 Tahap Pra-Produksi.....	53
IV.1.2 Tahap Produksi	53
IV.1.3 Tahap Pasca-Produksi	55
IV.2 Media dan Teknis Produksi.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
V.1 Kesimpulan	76
V.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78