DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR ORISINILITAS ii
SURAT KETERANGAN HAK EKLUSIF iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT.....vi
DAFTAR ISI.....vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL.....x
DAFTAR LAMPIRAN.....xi
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah.....1
1.2 Identifikasi Masalah 3
1.3 Rumusan Masalah 3
1.4 Batasan Masalah.....3
1.5 Tujuan.....3
BAB II VISUALISASI IKLAN MELALUI TUBUH MANUSIA SEBAGAI ALTERNATIF *AMBIENT MEDIA* STUDI KASUS IKLAN IM3
2.1 Iklan.....4
2.1.1 Pengertian Iklan.....4
2.2.2 Peran Iklan.....4
2.2 Media.....5
2.2.1 Pengertian Media.....6
2.2.2 *Ambient Media*.....6
2.3.3 Tujuan Media.....8
2.3 IM3 8
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUALISASI IKLAN
3.1 Strategi Perancangan 10
3.1.1 Pendekatan Komunikasi 10
3.1.2 Strategi Kreatif 11

3.1.3 Strategi Media 12
3.1.2.1 Media Utama 12
3.2.2.2 Media Pendukung 12
3.1.4 Strategi Distribusi 13
3.2 Konsep Visual 13
3.2.1 Format Desain 14
3.2.2 Tata Letak 14
3.2.3 Tipografi 16
3.2.4 Ilustrasi 16
3.2.5 Warna 17
BAB IV TEKNIS PRODUKSI VISUALISASI IKLAN PADA TUBUH MANUSIA
4.1 Media utama 19
4.2 Media Pendukung 20
4.2.1 *Flyer* 20
4.2.2 *X-Banner* 21
4.2.3 Umbul – Umbul 22
4.2.4 Baju 22
4.2.5 Pin 23
4.2.6 Gantungan Kunci 24
4.2.7 *Sticker* 24
Daftar Pustaka xii