DAFTAR ISI

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

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

BAB II MEDIA PROMOSI DAN PROMOSI CIRENG KERATON
II.1 Landasan teori 5
II.1.2 Definisi Media Promosi 5
II.1.3 Bauran Promosi 5
II.1.4 Jenis-Jenis Promosi 5
II.1.5 Fungsi Promosi 6
II.1.6 Faktor Penting Saat Memilih Media Promosi 6
II.2 Objek Penelitian 7
II.2.1 Cireng 7
II.2.2 Sejarah Perusahaan 8
II.2.3 Profil Cireng Keraton 10

II.3 Analisa 18
II.3.1 Permasalahan Cireng Keraton 18
II.4 Target Audien 23
II.5 Perancangan Media Promosi Melalui Media Billboard 24

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan 26
III.1.1 Tujuan Komunikasi 26
III.1.2 Pendekatan Komunikasi 26
III.1.3 Materi Pesan 27
III.1.4 Gaya Bahasa 27
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 28
III.1.6 Strategi Kreatif 29
III.1.7 Strategi Media 30
III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 31
III.2 Konsep Visual 32
III.2.1 Format Desain 32
III.2.2 Tata Letak (Layout) 32
III.2.3 Huruf 33
III.2.4 Ilustrasi 34
III.2.5 Warna 35

BAB IV TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA
IV.1 Pra Produksi 36
IV.2 Teknik Produksi 37
IV.2.1 Media Utama 38
IV.2.2 Media Pendukung 38

DAFTAR PUSTAKA 45
LAMPIRAN 46