DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL x
Bab I Pendahuluan 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 3
1.3 Rumusan Masalah 3
1.4 Batasan Masalah 3
1.5 Tujuan Perancangan 3
Bab II Pembahasan Dan Penyelesaian Masalah 5
II.1 Iklan 5
II.2 Video 5
II.3 Citra Merek 6
II.4 Fashion 9
II.5 Fashion Merek Elizabeth 9
2.5.1 Sejarah 9
2.5.2 Profil PT. Elizabeth Hanjaya 10
2.5.3 Produk 11
2.5.4 Produk Elizabeth Remaja 13
2.5.5 Harga 14
2.5.6 Target Market 14
II.6 Audiens Gadis Remaja 15
2.6.1 Usia Remaja 16
2.6.2 Perilaku Konsumen Remaja 17
II.7 Opini Masyarakat Tentang Merek Elizabeth 19
II.8 Analisis SWOT 19

BAB III Strategi Perancangan dan Konsep Visual 22
III.1 Strategi Perancangan 22
3.1.1 Pendekatan Komunikasi 22
3.1.2 Strategi Kreatif 23
3.1.2.1 Tagline *"For Girls"* 23
3.1.3 Strategi Media 24
3.1.4 Strategi Distribusi 27
III.2 Konsep Visual 28
3.2.1 Format Desain 28
3.2.2 Tata Letak (layout) 28
3.2.3 Tipografi 28
3.2.4 Ilustrasi 30
3.3.5 Warna 33
BAB IV Teknis Produksi Media 35
IV.1 Teknis dan Produksi Media 35
4.1.1 *Hardware* (perangkat keras) 35
4.1.2 *Software* (perangkat lunak) 35
IV.2 Pra Produksi 35
IV.3 Produksi 36
IV.4 Pasca Produksi 37
4.4.1 Media Utama 38
4.4.2 Media Pendukung 39
DAFTAR PUSTAKA 46
LAMPIRAN 47