

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah .....	5
1.5 Asumsi Dasar.....	6
1.6 Tujuan .....	6
1.7 Manfaat .....	7
1.7.1 Manfaat Bagi institusi.....	7
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan .....	7
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat .....	8
1.8 Metode Perancangan .....	8

1.8.1 Metode Pengumpulan Data .....	8
1.8.1.1 Data Lapangan.....	8
1.8.1.2 Data Kajian Literatur.....	10
1.8.1.3 Data Kajian Karya Komunikasi Visaul Acuan	13
1.8.2 Metode Analisa Data .....	15
1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif.....	15
1.8.2.2 Analisa SWOT .....	16
1.8.2.3 Sintesis .....	17
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan .....	19
1.10 Tempat dan Tahun Produksi .....	19
1.11 Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	22
2.1.1 Komunikasi .....	22
2.1.2 Komunikasi Massa.....	24
2.1.3 Pemasaran .....	27
2.1.4 Periklanan .....	29
2.1.5 Promosi .....	31
2.1.6 Media .....	32
2.1.7 Visual .....	35
2.1.8 Kebudayaan .....	36
2.1.9 Buku .....	37
2.1.10 Keraton Kesepuhan Cirebon .....	38

2.1.11	Copy Writing .....	42
2.1.12	Prinsip Desain .....	48
2.1.13	Aliran Gaya Desain dalam Dunia Grafis .....	55
2.1.14	Unsur Desain .....	61
2.2	Identifikasi Data Perusahaan .....	91
2.2.1	Data Perusahaan .....	91
2.2.2	Data Produk .....	95
2.2.3	Data Pemasaran .....	99
2.2.4	Data Sarana Visual yang Ada.....	101
2.3	Identifikasi Data Kompetitor.....	102
2.3.1	Data Perusahaan .....	103
2.3.2	Data Produk .....	107
2.3.3	Data Pemasaran .....	111
2.3.4	Data Sarana Visual yang Ada.....	113
2.4	Data Pendukung .....	114
2.4.1	Tabulasi Data Survey terhadap Obyek Penelitian	114
2.4.2	Tabulasi Data Wawancara terkait dengan Obyek Penelitian .....	115
2.4.3	Tabulasi Data karya Acuan.....	115
2.5	Analisa Data .....	116
2.5.1	Analisa SWOT .....	116
2.5.2	USP .....	117
2.5.3	Positioning .....	117

2.5.4 Segmentasi Pasar .....	118
2.6 Asumsi Dasar .....	118
2.7 Sintesis .....	119
<b>BAB III KONSEP PENCIPTAAN</b>	
3.1 Konsep Pemasaran .....	120
3.1.1 Tujuan Pemasaran.....	121
3.1.2 Strategi Pemasaran .....	121
3.1.3 Tujuan Promosi.....	122
3.1.4 Strategi Promosi .....	124
3.1.5 Tujuan Periklanan.....	125
3.1.6 Strategi Periklanan.....	126
3.1.7 Biaya Periklanan .....	127
3.2 Konsep Media .....	130
3.2.1 Tujuan Media .....	130
3.2.2 Strategi Media.....	131
3.2.3 Paduan Media .....	132
3.2.4 Program Media .....	134
3.2.5 Biaya Media .....	157
3.3 Konsep Kreatif .....	163
3.3.1 Tujuan Kreatif.....	163
3.3.2 Strategi Kreatif .....	164
3.3.3 Strategi Kreatif Sarana komunikasi Visual.....	178