

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
TANDA LULU.....	iv
ABTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH.....	5
1.3. TUJUAN.....	7
1.4. MANFAAT.....	7
1.5. BATASAN MASALAH.....	8
BAB II    DATA GATHERING.....	9
2.1 COMPANY PROFIL.....	9
2.2. STRUKTUR ORGANISASI.....	10
2.3. PROSES DESAIN PERUSAHAAN.....	11
2.4. PROFIL MARKETING SPECS.....	14
2.5. PENGERTIAN MARKETING.....	17
2.6. PENGERTIAN BARUAN PEMASARAN.....	20
2.7. TUJUAN PROMOSI.....	24
2.8. PENEGRTIAN BARUAN PROMOSI.....	26
2.9. PERSONAL SELING.....	30
1.10. PROMOSI PENJUALAN.....	50
2.11. PENGERTIAN DESAIN.....	51
BAB III    ANALISA DAN SOLUSI.....	52
3.1 MARKETING DAN SALES.....	52
3.2. MARKETING TOOLS SPECS.....	54
3.3. OUNTER OUTDOOR.....	57
3.4. KONSUMEN.....	59
3.5DESIGN SYTLE DAN OLOR.....	62

	3.6 PRODUK MARKETING OUTDOOR.....	63
	3.7 PRODUK MARKETING OUTDOOR.....	65
	3.8. LOKASI.....	66
	3.9. KONSUMEN.....	66
	3.10. IMAGE HART.....	68
BAB IV	PROSES DESAIN.....	70
	4.1. PROSES DESAIN DAN PROSES PRODUKSI.....	70
	4.2. PROSES SKETSA.....	72
	4.3 INTERIOR.....	74
	4.4. FINAL SKETSA.....	74
BAB V	FINAL DESAIN.....	75
	5.1 RENDERING FINAL DESAIN.....	76
	5.2. GAMBAR ILUSTRASI.....	
BAB VI	PENUTUP.....	77
	6.1. KESIMPULAN.....	77
	6.2. SARAN.....	78
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	79
	DAFTAR PUSTAKA.....	80