

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	42
1.3 Tujuan dan Manfaat Proyek	43
1.3.1 Tujuan Proyek	44
1.3.2 Manfaat Proyek	44
1.4 Ruang Lingkup Studi	45
1.5 Sistematika Penulisan	46
BAB II LANDASAN TEORI	48
2.1 Peranan Teori	48
2.2 Media Promosi	48
2.2.1 Manajemen Promosi	50
2.2.2 Perusahaan Iklan Mencari Klien Baru	51
2.2.3 Perencanaan Media	53
2.3 Unsur Visual	56
2.4 Komposisi	58
2.5 Warna	61

2.6	Tipografi	64
2.7	Legibility	66
2.8	Layout	67
2.9	Perancangan Desain	68
2.10	Perencanaan Desain	69
BAB III	KONSEP PERANCANGAN	70
3.1	Identifikasi Data Perusahaan	70
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	70
3.1.2	Data Singkat Perusahaan	71
3.2	Metode Penelitian	71
3.3	Konsep Desain	72
BAB IV	APLIKASI PERANCANGAN DESAIN	80
4.1	Aplikasi Perancangan Desain Media Interaktif	80
4.2	Aplikasi Perancangan Desain Media Booklet	91
4.3	Aplikasi Perancangan Desain Media Pendukung	99
4.3.1	Desain Brosur	99
4.3.2	Desain Kartu Nama	104
4.3.3	Desain Banner	107
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA		112