

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batas Lingkup Perancangan.....	3
1.3.1 Batas Perancangan.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1 Bagi Penulis.....	4
1.5.2 Bagi Universitas.....	4
1.5.3 Bagi Klien.....	4
1.5.4 Bagi Target Audience.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data.....	5
1.7 Sistematika Pembahasan.....	5
1.8 Bagan Alur Penelitian (Flow Chart).....	7
1.9 Tinjauan Teori.....	8
1.9.1 Definisi Promosi.....	8
1.9.2 Tujuan Promosi.....	9
1.9.3 Definisi Pemasaran.....	10
1.9.4 Definisi Periklanan.....	11
1.9.5 Fungsi-Fungsi Periklanan.....	11
1.9.6 Media Periklanan.....	12
1.9.7 Tujuan Media Periklanan.....	13
1.9.8 Definisi SWOT.....	13

1.9.9	Matriks SWOT	14
1.9.10	Teori Desain Komunikasi Visual	14
1.9.11	Definisi Huruf	15
1.9.12	Definisi Warna	16
1.9.13	Definisi Tipografi	17
1.9.14	Tujuan Tipografi	18
1.9.15	Definisi Desain Grafis	19
1.9.16	Prinsip Desain Grafis	19
<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS MASALAH</b>		<b>22</b>
2.1	Tinjauan Produk	22
2.1.1	Event Jateng Fair 2016	22
2.1.2	Latar Belakang Event	22
2.1.3	Lokasi Event Jateng Fair 2016	23
2.1.4	Harga Tiket Masuk Event	23
2.1.5	Perkembangan Event	23
2.1.6	Spesifikasi Event	23
2.2	Tinjauan Klien	24
2.2.1	PT. PRPP Jawa Tengah (Klien)	24
2.2.2	Lokasi	25
2.2.3	Spesifikasi Teknis	25
2.2.4	Struktur Perusahaan	27
2.2.5	Physical Evidence	28
3.1	Analisis Pemasaran	28
3.1.1	Jangkauan Pemasaran Saat Ini	28
3.1.2	Jenis Pemasaran Saat Ini	29
3.1.3	Advertisement yang Selama Ini Dipakai	29
3.1.4	Target Pengembangan Pasar	29
3.1.5	Hambatan Pemasaran	29
3.1.6	Segmentasi Pemasaran	29
3.1.6.1	Segmentasi Berdasarkan Segi Geografi	29
3.1.6.2	Segmentasi Berdasarkan Segi Demografi	29

3.1.6.3 Segmentasi Berdasarkan Segi Psikografi.....	30
3.1.6.4 Segmentasi Berdasarkan Segi Behavioristik.....	30
3.2 Identifikasi Data Kompetitor.....	30
3.2.1 Data Kompetitor.....	30
3.3 Data Angket.....	32
3.3.1 Angket/Kuisioner.....	32
3.3.2 Grafik Eksisting Media Cetak Promosi Jateng Fair.....	34
3.3.3 Kesimpulan.....	37
3.4 Analisa SWOT.....	37
3.4.1 <i>Strength</i> (Kekuatan).....	37
3.4.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	37
3.4.3 <i>Opportunities</i> (Peluang).....	37
3.4.4 <i>Threat</i> (Ancaman).....	38
3.4.5 Matrix SWOT.....	38
3.4.6 Hipotesis.....	39
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Konsep Pemasaran.....	40
3.1.1 Tujuan Pemasaran.....	40
3.1.1.1 Tujuan Pemasaran Jangka Pendek.....	40
3.1.1.2 Tujuan Pemasaran Jangka Panjang.....	40
3.1.2 Strategi Pemasaran.....	40
3.2 Konsep Media.....	45
3.2.1 Tujuan Media.....	45
3.2.2 Strategi Media.....	46
3.2.3 Program Media.....	50
3.2.4 Biaya Media.....	55
3.3 Konsep Kreatif.....	58
3.3.1 Tujuan Kreatif.....	58
3.3.2 Strategi Kreatif.....	58
3.3.2.1 Khalayak Sasaran.....	58
3.3.2.2 Isi Pesan.....	58

3.3.2.3 Bentuk Pesan.....	59
3.3.2.4 Tema Pesan.....	59
3.3.3 Program Kreatif.....	59
3.3.3.1 Tema Visual.....	59
3.3.3.2 Strategi Visual.....	59
3.3.4 Pengarah Visual.....	60
3.3.4.1 Copywriting.....	60
3.3.5 Biaya Kreatif.....	61
<b>BAB IV VISUALISASI.....</b>	<b>62</b>
4.1 Penyajian Ide.....	62
4.2 Proses Pengembangan Ide.....	66
4.3 Final Desain.....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1.1 Bagan alur penelitian landasan desain.....	7
2.1 Logo Event Jateng Fair.....	22
2.2 Logo PT. PRPP Jawa Tengah.....	25
2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
2.4 Lokasi PT. PRPP Jawa Tengah Dilihat Dari Atas.....	28
2.5 Lokasi Taman Mario Koco Dilihat Dari Atas.....	28
2.6 Logo Festival Banjir Kanal Barat.....	31
2.7 Pelepasan Lampion.....	32
2.8 Lomba Lampion Hias Pada Prahua.....	32
2.9 Spanduk Jateng Fair 2013.....	33
2.10 Baliho Jateng Fair 2014.....	33
2.11 Poster Jateng Fair 2015.....	33
2.12 Spanduk Jateng Fair 2015.....	33
2.13 Grafik Soal Nomer 1.....	34
2.14 Grafik Soal Nomer 2.....	34
2.15 Grafik Soal Nomer 3.....	35
2.16 Grafik Soal Nomer 4.....	35
2.17 Grafik Soal Nomer 5.....	36
2.18 Grafik Soal Nomer 6.....	36
3.1 Area Depan Event Jateng Fair 2015.....	43
3.2 Area Depan Event Jateng Fair 2015.....	43
3.3 Pintu Masuk Event Jateng Fair 2015.....	43
3.4 Festival Musik Jateng Fair 2015.....	43
3.5 Stand Pameran UMKM Dinas Provinsi.....	44
3.6 Stand Batik Tulis Di Event Jateng Fair 2015.....	44
3.7 Stand Kerajinan Topeng Kayu.....	44
3.8 Banner Event Jateng Fair 2015.....	44
3.9 Stand Pameran UMKM Makanan.....	44
3.10 Hiasan Lampion Di Event Jateng Fair 2015.....	44

4.1 Font Arial.....	63
4.2 Font <i>Gecko</i> .....	63
4.3 Font <i>Hand Lettering</i> .....	64
4.4 Warna CMYK & RGB.....	65
4.5 Layout Kasar Desain Spanduk.....	66
4.6 Layout Kasar <i>Billboard</i> .....	66
4.7 Layout Kasar Poster.....	67
4.8 Layout Kasar Brosur.....	68
4.9 Layout Kasar Flyer.....	68
4.10 Layout Kasar X-banner.....	69
4.11 Desain Kasar Kaos.....	70
4.12 Desain Kasar Sticker.....	70
4.13 Desain Kasar Gantungan Kunci.....	71
4.14 Final Desain Spanduk.....	72
4.15 <i>Mock Up</i> Spanduk.....	72
4.16 Final Desain Billboard.....	73
4.17 <i>Mock Up</i> Billboard.....	73
4.18 Final Desain Poster.....	74
4.19 <i>Mock Up</i> Poster.....	74
4.20 Final Desain Brosur.....	75
4.21 <i>Mock Up</i> Brosur.....	75
4.22 Desain <i>Flyer</i> .....	76
4.23 <i>Mock Up</i> <i>Flyer</i> .....	76
4.24 Desain <i>X-banner</i> .....	77
4.25 <i>Mock Up</i> <i>X-banner</i> .....	77
4.26 <i>Mock Up</i> Facebook.....	78
4.27 <i>Mock Up</i> Instagram.....	78
4.28 <i>Mock Up</i> Kaos.....	79
4.29 <i>Mock Up</i> Sticker.....	79
4.30 Desain Gantungan Kunci.....	80

## **DAFTAR TABEL**

Tabel

2.1 Matrix SWOT.....	38
3.1 Program Media Promosi Event Jateng Fair 2016.....	51
3.2 Rincian Biaya Media Promosi Event Jateng Fair 2016.....	55