

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Batasan dan Ruang Lingkup Perancangan.....	4
E. Tujuan Perancangan.....	5
F. Metode Perancangan .....	5
G. Manfaat Perancangan.....	7
H. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II PERSPEKTIF TEORI .....	9
A. Tinjauan Umum .....	9
1. Teori Kampanye.....	9
a. Pengertian Kampanye .....	9
b. AISAS .....	11
2. Teori Promosi.....	13
a. Teori Promosi.....	13
b. Tujuan Promosi .....	17

c. Teknik Promosi .....	17
d. Media Promosi .....	18
e. Strategi Pemasaran Jasa .....	21
3. <i>Copywriting</i> .....	24
4. Elemen Desain .....	25
a. Prinsip Desain .....	25
b. Tipografi.....	27
c. Layout dan Grid .....	29
d. Warna .....	31
B. Tinjauan Khusus .....	31
1. Seni Tari Modern .....	31
a. Sejarah Modern Dance.....	31
b. Koreografi .....	32
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>34</b>
A. Data Lapangan .....	34
B. Analisis SWOT .....	37
1. SWOT .....	37
2. Kesimpulan SWOT .....	38
C. Analisis Khalayak Sasaran.....	38
D. Analisis Persaingan dan Pesaing.....	40
E. Analisis Lain .....	40
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>42</b>
A. Fakta-fakta Kunci.....	42
B. Tujuan Kampanye Periklanan.....	42
C. Simulasi Proses Adopsi.....	42
D. Insight dan Metode Penggagasan.....	44
E. Strategi dan Konsep Kreatif .....	44
F. Keputusan Kreatif .....	45
G. Strategi Media .....	47

H. Jadwal Media .....	49
I. Biaya Kampanye .....	50
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL .....	52
A. Hasil Perancangan Kampanye.....	52
1. Key Visual.....	52
2. Visual Media Strategi.....	53
BAB VI PENUTUP .....	74
A. Rangkuman .....	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN .....	77