

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	7
C. RUMUSAN MASALAH	7
D. BATAS DAN RUANG LINGKUP	
PERANCANGAN	8

E. TUJUAN PERANCANGAN	8
F. METODE PERANCANGAN	8
G. SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II PERSPEKTIF TEORI	13
A. TINJAUAN UMUM	13
B. TINJAUAN KHUSUS	24
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	29
A. DATA LAPANGAN	29
B. STRATEGI MARKETING MIX (4P)	30
C. ANALISIS SWOT	31
D. KESIMPULAN SWOT	33
E. ANALISIS KHALAYAK SASARAN	33
F. LAPORAN HASIL DATA LAINNYA	34
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	40
A. FAKTA-FAKTA KUNCI	40

B. TUJUAN PERANCANGAN BUKU POP-UP	40
C. KONSEP KREATIF	40
D. PRA-PRODUKSI	41
E. PRODUKSI	47
F. PASCA PRODUKSI	48
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL	49
A. MEDIA UTAMA	49
B. MEDIA PENDUKUNG	55
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. KESIMPULAN	58
B. SARAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62