

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan.....	3
E. Tujuan Perancangan	3
F. Metode Perancangan	4
G. Sistematika Penulisan	5
BAB II	
PERSPEKTIF TEORI	8
A. Tinjauan Umum	8
1. Desain Grafis	8
B. Tinjauan Khusus	9
1. Festival Jurusan	9
2. Media Sosial Instagram	9
3. Promosi.....	10
BAB III	
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	11
A. Data Lapangan.....	11

- B. Analisis SWOT 12
 - a. *Strength* 12
 - b. *Weakness* 13
 - c. *Opportunity* 13
 - d. *Threat* 13
- C. Analisis Khalayak Sasaran 15
 - 1. Geografis 15
 - 2. Demografis..... 15
 - 3. Psikografis 15
 - 4. *Behavioral* 15
- D. Kesimpulan Analisa Khalayak Sasaran..... 16
- E. Laporan Hasil Data Lainnya..... 16

BAB IV

KONSEP PERANCANGAN..... 18

- A. Fakta - Fakta Kunci 18
- B. Tujuan Perancangan Media Promosi..... 19
- C. Strategi Kreatif Media Promosi 19
- D. Insight dan Metode Pengagasan 21
- E. Strategi dan Konsep Kreatif 22
- F. Keputusan Kreatif..... 24
 - 1. Keputusan Visual 24
- G. Strategi Media 28
 - 1. Strategi Media..... 28
 - 2. Penerapan Media..... 28
- H. Biaya Pengembangan 29

BAB V

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL 31

- A. Social Media Deck Design 31
- B. Creative Strategy 36

BAB VI

PENUTUP 51

A.	Kesimpulan.....	51
B.	Kritik dan Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN.....		55