

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	ix
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
C. Rumusan masalah:	4
D. Batas dan ruang lingkup perancangan	4
E. Tujuan Perancangan	4
F. METODE PENGUMPULAN DATA	6
G. SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II PERSPEKTIF TEORI	8
A. TINJAUAN UMUM	8

B. TINJAUAN KHUSUS	17
--------------------------	----

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH 18

A. DATA LAPANGAN	19
------------------------	----

B ANALISIS SWOT	24
-----------------------	----

C. ANALISIS KHALAYAK SASARAN	28
------------------------------------	----

D. LAPORAN HASIL DATA LAINNYA	30
-------------------------------------	----

BAB IV KONSEP PERANCANGAN 47

A. FAKTA-FAKTA KUNCI (KEY FACTS)	47
--	----

B. TUJUAN PERANCANGAN MEDIA PROMOSI	48
---	----

C. KONSEP KREATIF	50
-------------------------	----

D. PRA PRODUKSI	53
-----------------------	----

E. PRODUKSI	57
-------------------	----

F. PASCA PRODUKSI	58
-------------------------	----

G. PENGHITUNGAN BIAYA DESAIN	60
------------------------------------	----

BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL 65

A. HASIL RANCANGAN	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. KESIMPULAN	82
B. SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 BAGAN METODE	7
GAMBAR 3.1 LOGO KEMENTRIAN LINGKUNGAN HIDUP DAN KEHUTANAN	49
GAMBAR 3.2 STRUKTUR BAGAN ORGANISASI JAVAROVER COFFEE.....	51
GAMBAR 3.3 HASIL KUESIONER	56
GAMBAR 3.4 HASIL KUESIONER 2	57
GAMBAR 3.5 HASIL KUESIONER 3	57
GAMBAR 3.6 HASIL KUESIONER 4	58
GAMBAR 3.7 HASIL KUESIONER 5	58

GAMBAR 5.1 INSTAGRAM ADS	
.....	65
GAMBAR 5.2 INSTAGRAM FEEDS	
.....	66
GAMBAR 5.2 TOTE BAG	
.....	67
GAMBAR 5.2 X BANNER	
.....	68
GAMBAR 5.2 POSTER	
.....	69
GAMBAR 5.2 IG STORY	
.....	70