

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Perumusan Masalah	7
I.3. Tujuan Penelitian	7
I.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI	
II.1. Pendapat responden sebagai mekanisme efek	8
II.2. Kemasan sebagai strategi komunikasi pemasaran	12
II.3. Kemasan	15
II.4. Strategi Kemasan	16
II.5. Desain Kemasan	18
II.6. Strategi Desain Kemasan	19
II.6.1. Isi Pesan	20
II.6.2. Struktur Pesan	21
II.6.3. Format Pesan	21
II.6.4. Sumber Pesan	23
II.7. Elemen-elemen desain kemasan	23
II.7.1. Logo	23
II.7.2. Warna	24

II.7.3. Ilustrasi	28
II.7.4. Tipografi	29
II.7.5. Bentuk Kemasan	33
II.7.6. Ukuran Kemasan	33
II.7.7. Informasi label dan produk pada kemasan	34
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
III.1. Tipe Penelitian	35
III.2. Metode Penelitian	35
III.3. Populasi dan Sampling	36
III.4. Tehnik Pengambilan Data	37
III.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	37
III.6. Tehnik Analisa Data	41
III.7. Uji Reliabilitas	41
BAB IV	ANALISA
IV.1. Latar Belakang Perusahaan	42
IV.1.1. Sejarah Perusahaan	43
IV.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	43
IV.1.3. Bidang Usaha Perusahaan	44
IV.1.4. Departemen Kreatif	45
IV.1.5. Produk CD Jazzlounge, Smooth And Easy	46
IV.1.6. Kemasan CD Jazzlounge, Smooth And Easy	47
IV.2. Hasil Penelitian	51
IV.2.1. Karakteristik Responden	51
IV.2.2. Kebiasaan Responden	55
IV.2.3. Pendapat Responen Terhadap Desain Kemasan	56
IV.3. Pembahasan	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
	DAFTAR PUSTAKA
	LAMPIRAN