

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Permasalahan .....</b>	<b>18</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	18
1.2.2 Rumusan Masalah .....	19
<b>1.3 Ruang Lingkup.....</b>	<b>19</b>
<b>1.4 Tujuan Perancangan.....</b>	<b>21</b>
<b>1.5 Manfaat Penulisan .....</b>	<b>21</b>
<b>1.6 Metode Penelitian.....</b>	<b>22</b>
1.6.1 Metode Yang Digunakan.....	22
1.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	22
1.6.3 Metode Analisis.....	23
<b>1.7 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>24</b>
<b>1.8 Pembabakan .....</b>	<b>25</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>26</b>
<b>2.1 Promosi .....</b>	<b>26</b>
2.1.1 Pengertian Promosi.....	26
2.1.2 Perencanaan Promosi .....	29
2.1.3 Tujuan Promosi .....	30

<b>2.2 Advertising / Periklanan.....</b>	<b>30</b>
2.2.1 Komponen <i>Advertising</i> .....	30
2.2.2 Fungsi <i>Advertising</i> / Periklanan.....	32
<b>2.3 Komunikasi.....</b>	<b>32</b>
2.3.1 Komunikasi Promosi .....	32
2.3.2 Perancangan Komunikasi .....	33
2.3.3 Analisis Komunikasi .....	33
2.3.4 Analisis SWOT.....	34
<b>2.4 Desain Komunikasi Visual .....</b>	<b>35</b>
2.4.2 Unsur-unsur Desain .....	36
2.4.2.1 Garis ( <i>line</i> ).....	36
2.4.2.2 Bidang ( <i>Shape</i> ) .....	37
2.4.2.3 Warna ( <i>color</i> ).....	37
2.4.2.4 Gelap Terang ( <i>value</i> ) .....	40
2.4.2.5 Tekstur ( <i>texture</i> ) .....	40
2.4.2.6 Ukuran ( <i>format</i> ) .....	41
2.4.3 Tipografi.....	41
2.4.3.1 Anatomi Huruf.....	42
2.4.3.2 Klasifikasi Huruf.....	43
2.4.4 Layout.....	44
<b>2.5 Media.....</b>	<b>45</b>
2.5.1 Menentukan Audiensi Sasaran .....	46
2.5.2 Menentukan Tujuan Media.....	46
2.5.3 Menetapkan Strategi Media.....	47
2.5.5 Menetapkan Jadwal Media .....	47
<b>2.6 Pemasaran Jasa .....</b>	<b>48</b>
2.6.1 Karakteristik Jasa .....	48
2.6.2 Perilaku Konsumen jasa .....	49
2.6.3 Segmenting, Targeting, Positioning Jasa .....	50
<b>BAB III.....</b>	<b>51</b>
<b>3.1 Data .....</b>	<b>51</b>

3.1.1 MITSUBISHI MOTORS .....	51
3.1.1.1 Bidang Usaha.....	51
3.1.2 Sejarah Perusahaan.....	52
3.1.3 Grup Usaha Terkait .....	53
3.1.4 Nilai Korporat.....	54
3.1.5 Produk .....	55
3.1.6 Layanan .....	58
3.1.7 Mobile Workshop (MWS).....	58
3.1.7.1 Tujuan Layanan Mobile Workshop.....	59
3.1.7.2 Perlengkapan Dasar MWS.....	60
3.1.7.3 Struktur <i>Team Mobile Workshop</i> (MWS).....	61
3.1.8 Data Perkembangan MWS .....	63
3.1.9 Data Pengguna.....	63
3.1.10 Data Khalayak Sasaran.....	64
3.1.10.1 Perilaku Konsumen.....	67
3.1.11 Tinjauan Promosi Sebelumnya.....	68
3.1.12 Data Narasumber .....	70
3.1.13 Hasil Wawancara.....	71
3.1.13.1 <i>General Manager</i> (PT.Surya Putra Sarana).....	71
3.1.13.3 Kepala Cabang PT. Sun Star Motors.....	72
3.1.13.4 Pengguna Kendaraan Mitsubishi .....	72
3.1.14 Data Analisis Kompetitor.....	73
3.1.15 Analisis SWOT <i>Mobile Workshop</i> (MWS).....	74
3.1.15.1 Analisis Matriks SWOT <i>Mobile Workshop</i> .....	75
<b>BAB IV .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1 Konsep Perancangan .....</b>	<b>78</b>
4.1.1 Tujuan Komunikasi .....	78
4.1.2 Pendekatan Komunikasi .....	78
4.1.3 Gaya Bahasa .....	79
<b>4.2 Strategi Pesan .....</b>	<b>79</b>
4.3.1 <i>Creative Brief</i> .....	82

4.4.1	Khalayak Sasaran dan Indikator.....	83
4.4.2	Consumer Journey.....	84
4.4.3	Gaya Visual.....	85
4.4.4	Warna.....	86
4.4.4.5	Tipografi.....	86
4.5.1	Media Utama.....	89
4.5.2	Media Pendukung.....	90
4.6.1	Poster Promosi.....	90
4.6.3	Billboard.....	91
4.6.4	Video Ads.....	91
4.6.5	Pop Up Ads.....	92
4.6.3	Aplikasi My Mitsubishi.....	93
4.6.5	Mini Booth MWS.....	93
4.6.6	Share Foto #tanganbersihmobilpulih.....	94
4.6.7	Merchandise.....	95
4.6.8	Redesign Logo.....	95
<b>BAB V</b>	.....	<b>97</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>97</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran atau Rekomendasi.....</b>	<b>98</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>100</b>