

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	5
1.7 Kerangka Penelitian	6
1.8 Sistematika Penelitian.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Desain Komunikasi Visual	8
2.1.1 Branding.....	8
2.1.2 Produk Branding	9
2.1.3 Brand Awareness	9
2.1.4 Tujuan Branding	9
2.1.5 Teori Event	10
2.1.6 Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	10
2.1.7 Analisis SWOT	12
2.1.8 AOI (Activities, Opinion & Interest).....	13
2.1.9 New Media.....	13
2.1.10 Teori Elemen Visual.....	14
2.2 AISAS.....	16
2.2.1 Kerangka Teori dan Asumsi	16

BAB 3 DATA dan ANALISIS	17
3.1 Data.....	17
3.1.1 Data Perusahaan.....	17
3.1.2 Data Produk	17
3.1.3 Sosial Media	18
3.1.4 E-Commerce	19
3.1.5 Website	19
3.1.6 Data Khalayak Sasaran	20
3.1.7 Wawancara.....	20
3.1.8 Data Hasil Kuisiner.....	21
3.1.9 Data Pesaing	22
3.2 Analisis	23
3.2.1 Hasil Analisis Data Observasi	23
3.2.2 Hasil Analisis Data Wawancara	23
3.2.3 Hasil Analisis Data Kuisiner.....	24
3.2.4 Hasil Analisis Data Perbandingan	25
3.2.5 Penarikan Kesimpulan	26
BAB 4 28	
KONSEP HASIL PERANCANGAN	28
4.1 Konsep Pesan.....	28
4.1.1 Konsep Kreatif.....	29
4.2 Konsep Visual.....	29
4.3 Creative Brief.....	29
4.4 Strategi Kreatif.....	30
4.5 Strategi Visual.....	32
4.6 Konsep Media	34
4.6.1 Media Utama.....	34
4.6.2 Media pendukung	34
4.6.3 Perancangan	35
BAB V 41	
KESIMPULAN.....	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	42