

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Metode Penelitian	4
1.7.1 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.8 Kerangka Penelitian	7
1.9 Pembabakan	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Strategi promosi	9
2.1.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual	9
2.1.2 Ilustrasi	10
2.1.3 Tipografi	10
2.1.4 Fotografi	11
2.2 Promosi	13
2.3 Media	13
2.3.1 Bauran Media	14
2.3.2 Fungsi Media	14
2.4.3 Jenis-Jenis Media	14
2.4 Strategi Branding	14

2.4.1	Bentuk-bentuk Strategi Branding	15
2.5	Brand Awareness	16
2.6	AISAS	17
BAB III		18
DATA DAN ANALISIS MASALAH		18
3.1	Profil Batik Maulana DN	18
3.2	Data Produk	19
3.3	Data Empirik	20
3.3.1	Data Wawancara	20
3.3.2	Hasil wawancara target audiens	21
3.3.3	Data Observasi	22
3.3.4	Data Kuisisioner	23
3.4	Data Khalayak Sasaran	29
3.4.1	Insight	29
3.5	Data Kompetitor Pesaing	29
3.5.1	Data Produk	30
3.5.2	Media Promosi	31
3.6	Analisis Data Permasalahan	32
3.6.1	Analisis Data Observasi	32
3.6.2	Analisis Data Wawancara	32
3.6.3	Analisis Data Kuisisioner	33
3.6.4	Analisis Matriks SWOT	33
3.7	Analisis AOI	35
3.7.1	Analisis target audiens	35
BAB IV		39
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		39
4.1	Konsep	39
4.1.1	Konsep perancangan	39
4.1.2	Strategi Pesan	39
4.2	Strategi Kreatif	40
4.2.1	Positioning	40

4.2.2	Strategi Media	41
4.3	Strategi Visual	42
4.4	Hasil Perancangan	44
4.4.1	Attention	44
4.4.2	Interest	45
4.4.3	Search	46
4.4.4	Action	47
4.4.5	Share	47
BAB V	48
	KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran	48
Daftar pustaka	49