

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	5
1.7 Kerangka Penelitian	6
1.8 Pembabakan.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Iklan.....	8
2.1.1 Pengertian Iklan	8

2.1.2	Fungsi Iklan.....	8
2.2	Media.....	9
2.2.1	Pengertian Media	9
2.2.2	Strategi Media	10
2.3	Promosi.....	11
2.3.1	Pengertian Promosi	11
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	13
2.4.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	13
2.4.2	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	13
2.4.3	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5	UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....	18
2.6	Kerangka Teori.....	19
BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		20
3.1	Data Perusahaan	20
3.1.1	Sejarah Womenwear	20
3.1.2	Profil Perusahaan	21
3.1.3	Media Sosial.....	22
3.1.4	E-Commerce (Shopee).....	24
3.1.5	Data Usaha	24
3.2	Data Produk.....	25
3.2.1	Data Produk.....	25
3.2.2	Data Harga Produk.....	26
3.2.3	Data Penjualan	26

3.2.4	Geografis.....	26
3.2.5	Demografis.....	27
3.2.6	Psikografis.....	27
3.2.7	AOI (Activity, Opinion, Interest).....	27
3.3	Data Wawancara.....	28
3.3.1	Konsumen	29
3.3.2	Pemilik Womenwear.....	30
3.4	Data Promosi Sejenis.....	32
3.4.1	Kittyshopgirls.....	32
3.4.2	Data Produk.....	32
3.4.3	Data Harga Produk.....	33
3.4.4	Data Penjualan	33
3.4.5	Media Sosial (Instagram).....	33
3.4.6	Bentuk Promosi.....	34
3.5	Analisis Matriks	34
BAB 4 KONSER DAN HASIL PERANCANGAN.....		37
4.1	Konsep.....	37
4.1.1	Strategi Perancangan.....	37
4.1.2	Strategi Kreatif.....	37
4.1.3	Pesan	38
4.1.4	Konsep Media	39
4.2	Creative Brief.....	40
4.2.1	Problem.....	40

4.2.2	Why do we advertise?	41
4.2.3	Who are we talking to?	41
4.2.4	Insight.....	42
4.2.5	What we want them to think or do?	42
4.2.6	What to say.....	42
4.2.7	How to say	42
4.2.8	Media.....	42
4.3	Media Utama	43
4.3.1	Instagram.....	43
4.3.2	Event Sale.....	43
4.3.3	Giveaway.....	44
4.4	Media pendukung.....	44
4.4.1	Print Ads	44
4.4.2	Digital Ads	45
4.5	Visual.....	45
4.5.1	Gaya Visual.....	45
4.5.2	Tipografi.....	45
4.5.3	Warna	46
4.6	Hasil Perancangan	47
4.6.1	Interface Instagram.....	47
4.6.2	Konten Instagram	47
4.6.3	Banner dan XBanner Sale Event.....	51
4.6.4	Video.....	52

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55