

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR BAGAN	16
DAFTAR LAMPIRAN	17
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Permasalahan	22
1.2.1 Identifikasi Masalah	22
1.2.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Ruang Lingkup	23
1.4 Tujuan Perancangan	23
1.5 Manfaat Perancangan	24
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	24
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	25
1.6.2 Metode Analisis	26
1.7 Kerangka Perancangan	27
1.8 Pembabakan	28

BAB II LANDASAN TEORI	30
2.1 Promosi.....	30
2.1.1 Pengertian Promosi	30
2.1.2 Jenis-jenis Promosi	30
2.1.3 Tujuan Promosi	31
2.1.4 Bauran Promosi.....	32
2.2 Periklanan	33
2.2.1 Pengertian Periklanan.....	33
2.2.2 Efektivitas Periklanan	34
2.2.3 Strategi Kreatif Periklanan.....	36
2.3 Brand	37
2.3.1 Brand Awareness	38
2.4 Media.....	38
2.4.1 Klasifikasi Media	39
2.5 Perilaku konsumen	40
2.5.1 Pengertian Perilaku konsumen.....	40
2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	40
2.6 Target Audiens	41
2.7 Desain Komunikasi Visual.....	42
2.7.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	42
2.7.2 Unsur-unsur Desain.....	43
2.7.3 Prinsip-prinsip Desain.....	46
2.8 Tipografi.....	48

2.8.1	Pengertian Tipografi.....	48
2.8.2	Klasifikasi Huruf.....	49
2.8.3	Pedoman penggunaan huruf.....	51
2.9	Copywriting.....	52
2.9.1	Pengertian Copywriting	52
2.9.2	Elemen-elemen <i>Copywriting</i>	53
2.10	Kerangka Teori.....	54
2.11	Asumsi.....	54
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		55
3.1	Data	55
3.1.1	Profil Perusahaan	55
3.1.2	Data Produk Perusahaan	57
3.1.3	Media Sosial Perusahaan.....	60
3.1.4	Data Khalayak Sasaran	63
3.1.5	Data Permasalahan	64
3.1.6	Data Observasi	66
3.1.7	Data Wawancara	66
3.1.8	Data Kuesioner.....	69
3.1.9	Data Kompetitor.....	75
3.2	Analisis Data	78
3.2.1	Analisis Matriks SWOT.....	78
3.2.2	Analisis Matriks Perbandingan Media.....	79
3.2.3	Matriks Penarikan Kesimpulan.....	80

BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN	82
4.1 Strategi	82
4.1.1 Strategi Pesan.....	83
4.1.2 Strategi Kreatif.....	84
4.1.3 Strategi Visual.....	86
4.1.4 Strategi Media.....	89
4.2 Hasil Perancangan.....	89
4.2.1 Media Utama.....	90
4.2.2 Media Pendukung	91
.....	99
BAB V PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	104