

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan dan Manfaat	5
1.5.1 Tujuan	5
1.5.2 Manfaat	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Komunikasi	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi	11
2.1.2 Strategi Komunikasi.....	11
2.2 Periklanan.....	11
2.2.1 Pengertian Periklanan.....	11

2.2.2 Teori Media dan Planning (ATL, BTL, TTL).....	12
2.3 Promosi	12
2.3.1 Pengertian Promosi	12
2.3.2 Tujuan Promosi	13
2.3.3 Strategi Promosi	14
2.3.4 Bauran Promosi	14
2.4 Pemasaran	16
2.4.1 Pengertian Pemasaran	16
2.4.2 Bauran Pemasaran	16
2.5 Desain Komunikasi Visual.....	16
2.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	16
2.5.2 Layout	16
2.5.3 Tipografi.....	17
2.5.4 Warna	17
2.5.5 Tagline.....	17
2.5.6 Garis	18
2.5.7 Bentuk	18
2.6 AISAS	18
2.7 AOI.....	18
2.8 SWOT	19
2.9 Event	19
2.10 Kerangka Teori.....	20
2.11 Asumsi.....	20
BAB III.....	21
DATA OBJEK PENELITIAN	21
3.1 Data Perusahaan	21
3.1.1 Profile.....	21
3.1.2 Data Produk.....	22
3.1.3 Media Promosi	22
3.2 Data Permasalahan	24
3.2.2 Menu Yummy Dimsum.....	25
3.2.3 Feeds pada sosial media instagram Yummy Dimsum	26
3.3 Data Observasi	26
3.4 Wawancara	27
3.5 Kuisisioner	29
3.6 Data Khalayak Sasar	30

3.7 Data Kompetitor DU Dimsum	31
3.8 Analisis Data	33
3.8.1 SWOT Yummy Dimsum.....	33
3.8.2 Matriks Analisis SWOT DU Dimsum	35
3.8.3 Matriks Perbandingan Media Promosi Perusahaan Sejenis	36
3.8.4 Matriks Penarikan Kesimpulan Analisis.....	37
BAB IV	39
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	39
4.1 Strategi	39
4.1.1 Konsep Perancangan	39
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	39
4.1.3 Tujuan Komunikasi.....	40
4.1.4 Pendekatan Komunikasi.....	40
4.1.5 Pesan	41
4.1.6 Strategi Pesan (<i>Big Idea</i>).....	41
4.2 Strategi Kreatif.....	41
4.2.1 Timeline AISAS.....	43
4.2.2 Media Utama.....	44
4.2.3 Media Pendukung.....	44
4.3 Konsep Visual	45
4.4 Hasil Perancangan.....	47
4.3 Strategi AISAS.....	54
BAB V.....	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59