

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR DIAGRAM	viii
BAB I	11
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Permasalahan.....	15
1.2.1 Identifikasi masalah.....	15
1.2.2 Rumusan Masalah	16
1.3. Ruang Lingkup	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	17
1.6 Manfaat Penelitian.....	18
1.7 Metode Penelitian.....	18
1.7.1 Metode yang digunakan	18
1.7.2 Metode pengumpulan data	19
1.7.3 Metode Analisis.....	19
1.7.4 AOI.....	20
1.8 Kerangka Penelitian	22
1.9 Pembabakan.....	23
BAB II	24
LANDASAN TEORI	24
2.1 Promosi.....	24
2.1.1 Alat Promosi.....	24

2.1.2 Bauran Promosi	27
2.1.3 Manfaat Bauran Promosi.....	28
2.2 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	28
2.2.1 Tujuan Iklan.....	29
2.2.2 Pemasaran.....	30
2.1.3 Jenis Iklan.....	31
2.3 Media.....	32
2.3.1 Jenis Media.....	32
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	33
2.5 Ilustrasi.....	34
2.6 Warna.....	35
2.7 Layout.....	35
2.8 Copywriting.....	36
2.9 Tipografi.....	37
2.10 AISAS.....	37
BAB III.....	39
DATA DAN ANALISIS.....	39
3.1 Data Produk.....	39
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	39
3.1.2 Data Wawancara.....	40
3.1.3 Hasil Observasi.....	40
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
3.1.5 Data Produk.....	42
3.2 Data Target Audience.....	42
3.2.1 Segmentasi Geografi.....	42
3.2.2 Segmentasi Demografi.....	42
3.2.3 Segmentasi Psikografi.....	43
3.2.4 Consumer Journey.....	43
3.2.5 AOI.....	43
3.2.6 Data Kuisisioner.....	44
3.3 Data Pesaing.....	46
3.4 Hasil Analisis.....	46

3.5.1 Hasil Analisis Data Perbandingan.....	46
3.5.2 Penarikan Kesimpulan.....	48
BAB IV	50
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	50
4.1 Konsep Pesan	50
4.1.1 Pesan	50
4.1.2 Big Idea (Storyline)	51
4.2 Konsep Media.....	52
4.2.1 Media yang digunakan	52
4.2.2 Perencanaan Media.....	53
4.3 Konsep Visual	54
4.3.1 Ide Visual	54
4.3.1.1 Gaya Visual	54
4.3.1.2 Layout.....	55
4.3.1.3 Tipografi.....	55
4.3.1.4 Warna	57
4.3.2 Perancangan Visual	58
4.3.2.1 Attention.....	58
4.3.2.2 Interest	59
4.3.2.3 Search	60
4.3.2.4 Action	61
4.3.2.5 Share.....	62
BAB V.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65