

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Cara Pengumpulan dan Analisis Data	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.2 Metode Analisis	8
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori yang Relevan	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Kampanye	12
2.1.3 Strategi Kampanye	13
2.1.4 Promosi Penjualan	13

2.1.5 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	14
2.1.6 Perilaku Konsumen	14
2.1.7 Strategi Kreatif	15
2.1.8 Strategi Komunikasi.....	15
2.1.9 Strategi Pesan	16
2.1.10 Strategi Visual.....	17
2.1.11 Media.....	17
2.1.12 <i>Event Marketing</i>	18
2.1.13 Media Statis.....	18
2.1.14 Media Dinamis (<i>Sequensial</i>).....	19
2.1.15 Media Sosial.....	19
2.1.16 Desain Komunikasi Visual.....	20
2.1.17 Layout	21
2.1.18 Tipografi.....	22
2.1.19 Fotografi dan Ilustrasi	23
2.1.20 <i>Copywriting</i>	23
2.2 Kerangka Teori dan Asumsi	24
2.2.1 Kerangka Teori.....	24
2.2.2 Asumsi	25

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data Perusahaan.....	26
3.1.2 Profil Perusahaan	26
3.1.3 Visi dan Misi Dietplus	27
3.1.4 Sejarah Dietplus	27
3.1.5 Data Produk	28
3.1.6 Data Media Promosi	30
3.2 Data Permasalahan.....	33

3.3 Data Empirik.....	33
3.3.1 Data Observasi	33
3.3.2 Data Wawancara	34
3.3.3 Data Kuesioner.....	35
3.4 Data Khalayak Sasaran	37
3.5 Data Kompetitor.....	39
3.6 Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan.....	42
3.6.1 Analisis Data SWOT.....	42
3.6.2 Analisis Data Visual.....	45
3.6.3 Analisis Data Wawancara	46
3.6.4 Analisis Data Kuesioner.....	47
3.6.5 Matriks Perbandingan	47
3.6.6 Penarikan Kesimpulan	49

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Latar Belakang Masalah dan Solusi Permasalahan	52
4.1.1 Latar Belakang Masalah	52
4.1.2 Solusi.....	52
4.1.3 Rencana Perancangan	53
4.2 Konsep Pesan	54
4.2.1 <i>Target Audience</i>	54
4.2.2 AOI	54
4.2.3 <i>What to Say</i>	55
4.2.4 <i>Big Idea</i>	56
4.3 Konsep Kreatif	57
4.3.1 Strategi Komunikasi.....	57
4.3.2 Strategi Visual.....	58
4.3.3 Strategi Media.....	59
4.3.4 Model AISAS.....	59

4.4 Konsep Visual.....	62
4.4.1 Layout	62
4.4.2 Bentuk 3D	62
4.4.3 Warna.....	63
4.4.4 Tipografi	63
4.5 Penempatan Media.....	64
4.5.1 Media BTL.....	64
4.5.2 Media TTI	65
4.5.3 <i>Timeline</i> Media	65
4.6 Hasil Perancangan.....	66
4.6.1 <i>Video Launching</i>	66
4.6.2 Poster Utama.....	67
4.6.3 Poster <i>Teaser</i>	67
4.6.4 Poster Informatif	68
4.6.5 <i>Feed</i> Instagram.....	68
4.6.6 <i>Event</i>	69
4.6.7 <i>Giveaway</i>	70
4.6.8 <i>Merchandise</i>	70

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	71
----------------------	----

5.2 Saran	71
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	73
----------------------	----

LAMPIRAN.....	75
---------------	----

DAFTAR GAMBARx
---------------------	----

DAFTAR BAGANxi
--------------------	-----

DAFTAR TABEL.....	.xi
-------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN.....	.xii
----------------------	------