

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Analisis	5
1.6 Kerangka Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)	8
2.2 Promosi	8

2.2.1	Tujuan Promosi	8
2.2.2	Strategi Promosi	8
2.2.1	Bauran Promosi	10
2.3	Teori Visualisasi Media	12
2.3.1	Teori Visual.....	12
2.3.2	Media	17
2.4	Bagan Teori.....	20
BAB III.....		21
DATA DAN ANALIS		21
3.1	Profil Perusahaan Terkait.....	21
3.1.1	Data Produk Yang Dijual.....	22
3.1.2	Media Promosi	23
3.1.3	Data Promosi Sebelumnya	24
3.2	Data Khayalak Sasaran	25
3.2.1	Geografis.....	25
3.2.2	Demografis.....	25
3.2.3	Psikografis.....	26
3.3	Data Empirik	26
3.3.1	Data wawancara.....	26
3.3.2	Data Kuesioner	26
3.4	Analisis.....	28
3.4.1	Analisis Hasil Wawancara	28
3.4.2	Analisis Hasil Kuesioner.....	29
3.5	Kompetitor Sejenis RosoLawas	30
BAB IV		32
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		32

4.1	Konsep Perancangan.....	32
4.1.1	Strategi Promosi	32
4.1.2	Konsep visualisasi Media.....	35
4.2	Hasil Perancangan	37
4.2.1	Action.....	37
4.2.2	Poster Ads	39
4.2.3	Instagram post	40
4.2.4	Voucher.....	43
4.2.5	Merchandise	43
BAB V.....		45
Kesimpulan Dan Saran.....		45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		48