

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian	16
Gambar 2.1 Tingkatan Brand Awareness	17
Gambar 2.2 Garis	25
Gambar 2.3 Bidang	26
Gambar 2.4 Tekstur.....	26
Gambar 2.5 Warna	27
Gambar 2.6 Kesatuan.....	29
Gambar 2.7 Keseimbangan	29
Gambar 2.8 Proporsi	30
Gambar 2.9 Irama.....	31
Gambar 2.10 Dominasi	31
Gambar 2.11 Kerangka Teori.....	37
Gambar 3.1 PT Nutrifood Indonesia.....	38
Gambar 3.2 Tropicana Slim	39
Gambar 3.3 Produk Tropicana Slim.....	39
Gambar 3.4 Tropicana Slim Oat Drink	40
Gambar 3.5 <i>Facebook</i> Tropicana Slim	41
Gambar 3.6 <i>Instagram</i> Tropicana Slim.....	42
Gambar 3.7 <i>Youtube</i> Tropicana Slim	42
Gambar 3.8 <i>TikTok</i> Tropicana Slim	43
Gambar 3.9 <i>Twitter</i> Tropicana Slim.....	43
Gambar 3.10 <i>Website</i> Tropicana Slim	44
Gambar 3.11 Penjualan <i>E-Commerce</i> Shopee	49
Gambar 3.12 Penjualan <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	50
Gambar 3.13 Rak produk Tropicana Slim	51

Gambar 3.14 Wawancara Target Audiens 1	53
Gambar 3.15 Wawancara Target Audiens 2	54
Gambar 3.15 Wawancara Pihak Supermarket	55
Gambar 3.16 Wawancara Pihak Tropicana Slim	57
Gambar 3.17 Chart Jenis Kelamin	57
Gambar 3.18 Chart Usia.....	58
Gambar 3.19 Chart Pekerjaan	58
Gambar 3.20 Produk OATSIDE	62
Gambar 3.21 Produk V-SOY	65
Gambar 4.1 Strategi Pesan	78
Gambar 4.2 Referensi Font	81
Gambar 4.3 Palet Warna	82
Gambar 4.4 Referensi Gaya Visual.....	82
Gambar 4.5 Referensi Layout	83
Gambar 4.6 Rancangan Poster	88
Gambar 4.7 Rancangan Banner.....	89
Gambar 4.8 Rancangan Instagram Story	90
Gambar 4.9 Rancangan Instagram Feeds.....	91
Gambar 4.10 Instagram Post Tahap Attention.....	91
Gambar 4.12 Instagram Post Tahap Interest	92
Gambar 4.13 Instagram Post Tahap Action	92