

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	2
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Perancangan .....	3
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Metode Analisis Data .....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	6
1.8 Pembabakan .....	7
BAB II .....	8
2.1 Teori Pemasaran.....	8
2.1.1 Fungsi Pemasaran .....	9
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	9

2.1.3 Perilaku Konsumen .....	11
2.2 Periklanan.....	16
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	16
2.3.1 Promosi.....	21
2.3.2 Merk Brand.....	23
2.4 Media Sosial.....	26
2.5 Bagan Kerangka Teori .....	27
BAB 3 .....	28
3.1 Data Pemberi Proyek.....	28
3.1.1 Profile Perusahaan .....	28
3.1.2 Data Produk.....	29
3.1.3 Visi dan Misi .....	30
3.1.4 Sejarah .....	31
3.1.5 Media Promosi .....	31
3.2 Data Permasalahan .....	32
3.3 Data Empiris.....	33
3.3.1 Data Observasi .....	33
3.3.2 Data Wawancara.....	34
3.3.3 Data Kuisisioner.....	35
3.3.4 Data Khalayak Sasaran.....	37
3.4 Data Kompetitor .....	39
3.5 Analisis Data Sejenis .....	44
3.5.1 Analisis SWOT Pasar Wastra.....	44
3.5.2 Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL .....	45
3.5.3 Matriks Penarikan Kesimpulan .....	45
BAB 4 .....	49

4.1 Strategi .....	49
Konsep Perancangan .....	49
4.1.1 Strategi Pesan .....	50
4.1.2 Strategi Kreatif.....	51
4.1.3 Metode AISAS ( <i>Attention-Interest-Search-Action-Share</i> ).....	52
4.2 Strategi Visual.....	53
4.2.1 Strategi Media .....	54
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	64