

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Lembar Pengesahan | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| Abstrak | v |
| <i>Abstract</i> | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR BAGAN | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Permasalahan | 3 |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.2.2. Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3. Ruang Lingkup | 4 |
| 1.4. Tujuan Perancangan | 5 |
| 1.5. Manfaat Perancangan | 5 |
| 1.6. Cara Pengumpulan Data dan Analisis | 6 |
| 1.6.1. Metode Yang Digunakan | 6 |
| 1.6.2. Metode Pengumpulan Data | 6 |
| 1.6.3. Metode Analisis | 7 |
| 1.7. Kerangka Penelitian | 9 |
| 1.8. Pembabakan | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1. Promosi | 11 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.1. | Tujuan Promosi | 11 |
| 2.1.2. | Bauran Promosi..... | 12 |
| 2.1.3. | Strategi Promosi..... | 13 |
| 2.2. | Periklanan..... | 14 |
| 2.2.1. | Fungsi Periklanan..... | 14 |
| 2.2.2. | Strategi Kreatif..... | 15 |
| 2.3. | Media..... | 17 |
| 2.3.1. | Klasifikasi Media | 17 |
| 2.3.2. | New Media | 18 |
| 2.4. | Perilaku Konsumen | 18 |
| 2.5. | Keunggulan Produk..... | 19 |
| 2.6. | Desain Komunikasi Visual..... | 19 |
| 2.6.1. | Unsur-Unsur DKV | 20 |
| 2.7. | Tipografi..... | 22 |
| 2.8. | Copywriting..... | 24 |
| 2.8.1. | Elemen-elemen <i>Copywriting</i> | 24 |
| 2.9. | Kerangka Teori..... | 25 |
| 2.10. | Asumsi | 25 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN..... | | 26 |
| 3.1. | Data Perusahaan | 26 |
| 3.1.1. | Profil Perusahaan | 26 |
| 3.1.2. | Data Produk..... | 27 |
| 3.1.3. | Media Sosial..... | 28 |
| 3.1.4. | Situs Web | 30 |
| 3.2. | Data Empirik | 31 |
| 3.2.1. | Data Wawancara | 31 |

| | | |
|---|---|----|
| 3.2.2. | Data Observasi | 32 |
| 3.2.3. | Data Khalayak Sasaran | 33 |
| 3.2.4. | Hasil Kuesioner Target Audiens | 35 |
| 3.3. | Data Kompetitor | 36 |
| 3.4. | Analisis SWOT..... | 37 |
| 3.4.1. | Analisis Matriks Perbandingan Media | 39 |
| BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN | | 40 |
| 4.1. | Strategi..... | 40 |
| 4.1.1. | Strategi Pesan | 41 |
| 4.1.2. | Strategi Kreatif | 42 |
| 4.1.3. | Strategi Visual..... | 44 |
| 4.1.4. | Strategi Media | 47 |
| 4.2. | Hasil Perancangan | 48 |
| 4.2.1. | Media Utama | 48 |
| 4.2.2. | Media Pendukung | 49 |
| BAB V PENUTUP..... | | 55 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 55 |
| 5.2. | Saran | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 57 |
| LAMPIRAN..... | | 60 |