

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I.....	14
PENDAHULUAN .....	14
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Permasalahan.....	16
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	16
1.2.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Ruang Lingkup.....	16
1.4 Tujuan Perancangan .....	16
1.5 Metode Pengumpulan dan Analisa.....	17
1.5.1 Metode yang Digunakan.....	17
1.5.2 Metode Pengumpulan Data .....	17
1.6 Metode Analisis.....	18
1.7 Kerangka Perancangan .....	19
1.8 Pembabakan .....	19
BAB II.....	21
LANDASAN TEORI.....	21
2.1 Rekognisi .....	21
2.2 Promosi .....	21
2.3 Jenis-jenis Promosi .....	22
2.4 Tujuan Promosi .....	22
2.5 Bauran Promosi.....	22
2.6 Strategi Promosi .....	23
2.7 Periklanan.....	24
2.7.1 Pengertian Periklanan .....	24
2.7.2 Keefektivitasan Periklanan.....	24
2.7.3 Strategi Kreatif Periklanan .....	25
2.8 Media.....	25
2.8.1 Pengertian Media.....	25
2.8.2 Klasifikasi Media.....	26
2.9 Perilaku Konsumen .....	26

2.9.1	Pengertian Perilaku Konsumen .....	26
2.9.2	Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	27
2.10	Target Audiens .....	27
2.11	Metode SWOT .....	28
2.12	Metode AISAS .....	28
2.13	Desain Komunikasi Visual .....	29
2.13.1	Pengertian Desain .....	29
2.13.2	Unsur – unsur Desain .....	29
2.13.3	Prinsip Desain .....	33
2.14	Tipografi .....	34
2.15	Copywriting .....	37
BAB III .....		38
DATA DAN ANALISIS .....		38
3.1	Data Pemberi Proyek .....	38
3.1.1	Profil Perusahaan Pemberi Proyek .....	38
3.1.2	Data Produk .....	38
3.1.3	Media Sosial Yoho .....	39
3.1.4	Iklan Tvc Terakhir .....	39
3.1.5	Target Khalayak Sasar .....	40
3.1.6	Data Observasi .....	41
3.1.7	Data Wawancara .....	43
3.1.8	Kuesioiner .....	48
3.1.9	Data Kompetitor .....	55
3.2	Analisa Data .....	57
3.2.1	Analisa Matriks SWOT .....	57
BAB IV .....		61
STRATEGI HASIL DAN PERANCANGAN .....		61
4.1	Strategi .....	61
4.2	Strategi Pesan .....	62
4.3	Strategi Kreatif .....	63
4.4	Strategi Visual .....	66
4.5	Strategi Media .....	70
4.6	Gambaran Perancangan .....	73
4.6.1	Gambaran perancangan <i>Event</i> .....	73

4.6.2	Gambaran Perancangan iklan media sosial .....	81
4.6.3	Gift and Merchandise .....	84
BAB V	.....	85
PENUTUP	.....	85
5.1	Kesimpulan .....	85
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	.....	87