

# DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	2
KATA PENGANTAR.....	3
ABSTRAK .....	4
<i>ABSTRACT</i> .....	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL .....	9
DAFTAR GAMBAR.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	12
5.1 <i>Latar Belakang Masalah</i> .....	12
5.2 <i>Permasalahan</i> .....	18
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	18
1.2.2 Rumusan Masalah.....	18
5.3 <i>Ruang Lingkup</i> .....	18
5.4 <i>Tujuan Perancangan</i> .....	18
5.5 <i>Manfaat Perancangan</i> .....	19
5.6 <i>Metode Penelitian</i> .....	19
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	19
5.7 <i>Metode Pengumpulan Data</i> .....	20
1.7.1 Wawancara.....	20
2.7.1 Studi Pustaka.....	20
3.7.1 Kuisisioner.....	21
4.7.1 Observasi .....	21
5.8 <i>Metode Analisis</i> .....	21
5.9 <i>Kerangka Perancangan</i> .....	23
5.10 <i>Pembabakan</i> .....	24
BAB II LANDASAN TEORI .....	25
2.1 <i>Copywriting</i> .....	25
2.3 <i>Brand</i> .....	25
2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	26
2.5 <i>Promosi</i> .....	27
2.4.1 Pengertian Promosi.....	27
2.4.2 Fungsi Promosi.....	27
2.4.3 Tujuan Promosi.....	28
2.4.4 Bauran Promosi.....	28

<b>2.6</b>	<b><i>Strategi Kreatif</i></b> .....	<b>29</b>
2.6.1	<b>Analisis AISAS</b> .....	<b>29</b>
2.6.2	<b>Analisis SWOT</b> .....	<b>30</b>
2.6.3	<b>Analisis AOI</b> .....	<b>30</b>
<b>2.7</b>	<b><i>Media</i></b> .....	<b>31</b>
2.7.1	<b>Pengertian Media</b> .....	<b>31</b>
2.7.2	<b>Kelompok Media</b> .....	<b>31</b>
2.7.3	<b>Media Sosial</b> .....	<b>31</b>
2.7.4	<b>Media Cetak</b> .....	<b>32</b>
2.7.5	<b>GoScreen</b> .....	<b>33</b>
<b>2.8.1</b>	<b><i>Pengertian Desain Komunikasi Visual</i></b> .....	<b>33</b>
<b>2.8.2</b>	<b><i>Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual</i></b> .....	<b>33</b>
<b>2.8.3</b>	<b><i>Layout</i></b> .....	<b>35</b>
<b>2.9</b>	<b><i>Kerangka Teori</i></b> .....	<b>36</b>
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS</b> .....		<b>37</b>
<b>3.1</b>	<b><i>Data</i></b> .....	<b>37</b>
3.1.1	<b>Profil Perusahaan</b> .....	<b>37</b>
3.1.2	<b>Data Produk Perusahaan</b> .....	<b>38</b>
3.1.3	<b>Media Sosial Perusahaan</b> .....	<b>41</b>
3.1.4	<b>Data Permasalahan</b> .....	<b>46</b>
3.1.5	<b>Data Observasi</b> .....	<b>47</b>
3.1.6	<b>Data Kuesioner</b> .....	<b>48</b>
3.1.7	<b>Data Wawancara</b> .....	<b>52</b>
3.1.8	<b>Data Kompetitor</b> .....	<b>53</b>
<b>3.2</b>	<b><i>Analisis Data</i></b> .....	<b>54</b>
3.2.1	<b>Analisis Matriks SWOT</b> .....	<b>54</b>
3.2.2	<b>Analisis Matriks Perbandingan Media</b> .....	<b>56</b>
<b>BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN</b> .....		<b>58</b>
<b>5.1</b>	<b><i>Strategi</i></b> .....	<b>58</b>
4.1.1	<b>Strategi Pesan</b> .....	<b>59</b>
4.1.2	<b>Strategi Kreatif</b> .....	<b>60</b>
4.1.3	<b>Strategi Visual</b> .....	<b>63</b>
4.1.4	<b>Strategi Media</b> .....	<b>67</b>
<b>5.2</b>	<b><i>Hasil Perancangan</i></b> .....	<b>68</b>
4.2.1	<b>Media Utama</b> .....	<b>68</b>
4.2.2	<b>Media Pendukung</b> .....	<b>69</b>
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>77</b>
<b>5.1</b>	<b><i>KESIMPULAN</i></b> .....	<b>77</b>

5.2	<i>SARAN</i> .....	77
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>78</b>