

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
ABSTRACT	3
LEMBARAN PENGESAHAN	4
LEMBARAN PERNYATAAN	5
KATA PENGANTAR	6
BAB I PENDAHULUAN	10
1.1 LATAR BELAKANG	10
1.2 PERMASALAHAN	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	11
1.3 RUANG LINGKUP	11
1.4 TUJUAN PENELITIAN	11
1.5 MANFAAT PENELITIAN	12
1.5.1 Manfaat Akademik	12
1.6 METODE PENELITIAN	12
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	12
1.6.2 Metode Analisis	13
1.7 KERANGKA PENELITIAN	14
1.8 PEMBABAKAN	15
BAB II	16
2.1. PROMOSI	16
2.1.1. Tujuan Promosi	16
2.1.2. Strategi Promosi	17
2.2. ADVERTISING	17
2.2.1 Tujuan Advertising	18
2.2.2 Media Iklan	19
2.3. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	19
2.3.1 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	19
2.4.2 Prinsip Desain Komunikasi Visual	20
2.4. AISAS	21

2.5. AOI	22
2.6. SWOT	23
2.7. BAGAN TEORI	24
BAB III	25
3.1 DATA PERUSAHAAN	25
3.1.1 Profil Perusahaan	25
3.2. DATA KHALAYAK SASARAN	27
3.2.1. Demografis	27
3.2.2. Geografis	27
3.2.3. Psikografis	28
3.3. DATA KOMPETITOR	28
3.3.1 Profil Kompetitor	28
3.3.2 Analisis SWOT Kompetitor	30
3.4. HASIL DATA OBSERVASI	31
3.4.1 Data Wawancara	31
3.4.2 Data Kuesioner	32
3.5. ANALISIS SWOT BRAND	34
3.6. ANALISIS AOI	35
3.7. ANALISIS MATRIX PROMOSI	36
3.8. ANALISIS MATRIX PERBANDINGAN VISUAL	37
BAB IV	39
4.1 KONSEP	39
4.1.1 Konsep Pesan	39
4.1.2 Konsep Kreatif	41
4.1.3 Konsep Visual	41
4.1.4 Konsep Media	42
4.1.5 Hasil Perancangan	44
BAB V	49
5.1 KESIMPULAN	49
5.2 SARAN	49
DAFTAR PUSAKA	51
DAFTAR LAMPIRAN	52