

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
BAB 1 PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Identifikasi Masalah	16
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Ruang Lingkup.....	17
1.5 Tujuan Penelitian.....	19
1.6 Manfaat Perancangan	19
1.6.1 Manfaat bagi Peneliti	19
1.6.2 Manfaat bagi Perusahaan	19
1.6.3 Manfaat bagi Akademisi	20
1.7 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	20
1.7.1 Cara Pengumpulan Data.....	20
1.7.2 Cara Pengumpulan Analisis	21
1.8 Kerangka Perancangan.....	23
1.9 Pembabakan	24
BAB 2 LANDASAN TEORI	25
2.1 Teori Komunikasi.....	25
2.1.1 Tujuan Komunikasi.....	25
2.2 Promosi	26
2.2.1 Fungsi Promosi.....	27
2.2.2 Tujuan Promosi	28
2.2.3 Bauran Promosi.....	28
2.3 Periklanan.....	28

2.3.1 Brand Awareness	29
2.3.2 Copywriting.....	30
2.3.3 Ide Kreatif	30
2.4 Teori SWOT	31
2.4.1 Stength (Kekuatan).....	31
2.4.2 Weakness (Kelemahan).....	31
2.4.3 Opportunity (Peluang).....	31
2.4.4 Threats (Ancaman).....	31
2.5 Media.....	31
2.6 AISAS	33
2.7 AOI.....	33
2.8 Unsur Desain Komunikasi Visual	34
2.8.1 Unsur-Unsur Pada Desain	34
2.8.2 Warna	35
2.8.3 Tipografi.....	36
2.8.4 Layout	38
2.8.5 Ilustrasi.....	38
2.8.6 Fotografi.....	39
BAB 3 DATA DAN ANALISIS.....	41
3.1 Data	41
3.1.1 Profil Perusahaan	41
3.1.2 Data Produk Exsport Bags	45
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	47
3.1.4 Data Kompetitor.....	53
3.1.5 Data Empirik	59
3.2 Analisis.....	62
3.2.1 SWOT	62
3.2.2 AISAS	63
3.2.3 Matriks Perbandingan	64
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	67
4.1 Strategi Pesan	67
4.1.1 Konsep Pesan	67
4.1.2 Strategi Kreatif.....	68

4.2 Konsep Visual	74
4.2.1 Layout	75
4.2.2 Tipografi.....	76
4.2.3 Palet Warna	76
4.3 Konsep Visualisasi Media.....	77
4.3.1 Media Utama.....	77
4.3.2 Media Pendukung.....	77
4.4 Hasil Perancangan.....	78
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR LAMPIRAN	95