

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GRAFIK.....	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	5
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.4 RUANG LINGKUP PENELITIAN	5
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.6 MANFAAT PENELITIAN	7
1.7 CARA PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS.....	7
1.7.1 METODE PENGUMPULAN DATA	7
1.7.2 METODE ANALISIS DATA	8
1.8 KERANGKA PENELITIAN	10
1.9 PEMBABAKAN	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 PROMOSI.....	12
2.1.1 STRATEGI PROMOSI.....	12
2.1.2 KONSUMEN	13
2.1.3 PERILAKU KONSUMEN	14
2.1.4 MODEL PERILAKU KONSUMSI AISAS	16
2.1.5 <i>COSTUMER JOURNEY</i> / PETA PENGALAMAN PELANGGAN	17
2.2 PEMASARAN / <i>MARKETING</i>	18
2.2.1 BAURAN PEMASARAN	19
2.3 IKLAN / <i>ADVERTISING</i>	20
2.2.3 ADS APPEAL / <i>DAYA TARIK IKLAN</i>	21
2.4 KOMUNIKASI PEMASARAN	22
2.4.1 KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI (IMC)	23
2.4.2 MEDIA.....	24
2.4.3 ATL (<i>ABOVE THE LINE</i>).....	25
2.4.4 BTL (<i>BELOW THE LINE</i>)	25

2.4.5	TTL (<i>THROUGH THE LINE</i>)	25
2.4.6	DIGITAL <i>MARKETING</i>	25
2.4.7	<i>SOCIAL MEDIA MARKETING</i>	26
2.4.8	<i>CONTENT MARKETING</i>	26
2.4.9	<i>MOBILE MARKETING</i>	27
2.4.10	<i>INSTORE MEDIA</i>	27
2.4.11	TRANSIT <i>ADVERTISING</i>	27
2.4.12	<i>EVENT MARKETING</i>	28
2.5	DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	28
2.5.1	DESAIN GRAFIS	29
2.5.2	WARNA	31
2.5.3	ILUSTRASI	32
2.5.4	TIPOGRAFI	32
2.5.5	<i>LAYOUT</i>	35
2.5.6	FOTOGRAFI	35
2.5.7	<i>COPYWRITING</i>	37
2.6	BRAND & VISUAL IDENTITY	38
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		39
3.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	39
3.1.1	PROFIL PERUSAHAAN	39
3.1.2	PROFIL PERUSAHAAN (PT. BERCA SPORTINDO)	40
3.1.3	DATA PRODUK (LEAGUE XTO)	43
3.1.4	MEDIA SOSIAL PERUSAHAAN	44
3.1.5	DATA KHALAYAK SASAR	46
3.2	DATA OBSERVASI	47
3.2.1	OBSERVASI TOKO	47
3.2.2	OBSERVASI MEDIA IKLAN	49
3.3	DATA WAWANCARA	55
3.3.1	WAWANCARA <i>INTERNAL LEAGUE</i>	55
3.3.2	WAWANCARA AHLI BIDANG <i>ADVERTISING</i>	56
3.4	DATA <i>KUESIONER</i>	60
3.5	DATA PENGALAMAN KONSUMEN SEBELUMNYA	64
3.6	DATA KOMPETITOR	65
3.6.1	KOMPETITOR 1 (CONSINA PAVE LOW)	66
3.6.2	KOMPETITOR 2 (AREI TIGER <i>SHOES</i>)	67
3.7	<i>AOI POTENTIAL COSTUMER</i>	68
3.7.1	TARGET <i>COSTUMER LEAGUE XTO</i>	68
3.8	ANALISIS	71
3.8.1	ANALISA FAB, USP, <i>POSITIONING</i>	71
3.8.2	ANALISA SWOT	72
3.9	ANALISA PENGALAMAN KONSUMEN SEBELUMNYA	74
3.10	ANALISA MEDIA	75
3.11	KESIMPULAN HASIL ANALISIS	76
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		78

4.1	KONSEP PERANCANGAN	78
4.2	KONSEP KOMUNIKASI	78
4.2.1	TUJUAN KOMUNIKASI.....	78
4.2.2	PENDEKATAN KOMUNIKASI.....	79
4.2.3	GAYA BAHASA	79
4.2.4	KONSEP PESAN.....	80
4.3	STRATEGI KREATIF.....	81
4.3.1	<i>EVENT PROMOTION</i>	81
4.3.2	GOOGLE ADS	82
4.3.3	META ADS	83
4.3.4	OOH (IKLAN LUAR RUANGAN) <i>COMMUTER ADS</i> JAKARTA BOGOR.....	83
4.4	STRATEGI MEDIA	84
4.5	KONSEP STRATEGI AISAS	85
4.6	KONSEP VISUAL	86
4.6.1	REFERENSI VISUAL	86
4.7	HASIL PERANCANGAN.....	88
4.7.1	<i>BRAND DESCRIPTOR</i> : APA ITU LEAGUE XTO	88
4.7.2	<i>BRAND POSITIONING</i>	88
4.7.3	<i>BRAND EXPRESSION</i>	89
4.7.4	<i>BRAND PRINCIPLES</i> : <i>HOW BRAND SHOULD BE EXPRESSED</i>	89
4.7.5	<i>VISUAL IDENTITY PRODUCT (LOGO & ELEMENT)</i>	89
4.7.6	<i>TYPOGRAPHY</i>	92
4.7.7	<i>LAYOUT</i>	93
4.7.8	<i>PHOTOGRAPHY</i>	93
4.8	HASIL PERANCANGAN.....	93
4.8.1	<i>EVENT MARKETING</i>	94
4.8.2	IKLAN OOH	98
4.8.3	INSTORE DISPLAY.....	99
4.8.4	<i>IKLAN MAJALAH (POSTER)</i>	100
4.8.5	<i>SOCIAL MEDIA</i>	101
4.8.6	MOBILE ADS & VIDEO PROMO.....	102
BAB V	KESIMPULAN	104
5.1	KESIMPULAN	104
	DAFTAR PUSTAKA.....	105
	LAMPIRAN	108