

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Permasalahan.....	3
1.2.1.    Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2.    Rumusan Masalah .....	3
1.3.    Ruang Lingkup .....	3
1.4.    Tujuan Penelitian.....	4
1.5.    Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1.    Manfaat Akademis .....	4
1.5.2.    Manfaat Praktis.....	4
1.6.    Metodologi Penelitian .....	4
1.6.1.    Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2.    Metode Analisis.....	5
1.7.    Kerangka Penelitian .....	7
1.8.    Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>

2.1.	Promosi.....	10
2.1.1.	Tujuan Promosi .....	10
2.1.2.	Konsep STP ( <i>Segmenting, Targeting and Positioning</i> ) .....	11
2.2.	Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	13
2.2.1.	Tujuan Iklan .....	14
2.2.2.	Sasaran Periklanan .....	14
2.3.	<i>Target Audience</i> .....	14
2.4.	Perilaku Konsumen .....	15
2.4.1.	AOI (Activities, Opinion & Interest) .....	16
2.5.	Media.....	17
2.5.1.	Media Iklan.....	17
2.5.2.	Media Sosial .....	17
2.6.	Desain Komunikasi Visual.....	18
2.6.1.	Unsur Desain .....	18
2.6.2.	Prinsip - Prinsip Desain .....	20
2.6.3.	Asas – Asas Desain .....	21
2.6.4.	Copywriting.....	22
2.6.5.	Tipografi.....	23
2.7.	Metode Pemasaran .....	24
2.7.1.	SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> ).....	24
2.7.2.	Strategi Komunikasi, ( <i>What to Say</i> ) .....	26
2.7.3.	Eksekusi Ide ( <i>How to Say</i> ) .....	26
2.7.4.	Strategi Media .....	27
2.7.5.	Strategi Kreatif (AISAS) .....	27
	<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>29</b>
3.1.	Data .....	29

3.1.1.	Data Objek.....	29
3.1.2.	Data Observasi .....	31
3.1.3.	Data Wawancara.....	33
3.1.4.	Data Kuesioner .....	34
3.1.5.	Data Khalayak Sasaran.....	37
3.1.6.	Data Proyek Sejenis.....	39
3.2.	Analisis Data .....	45
3.2.1.	Analisis Hasil Observasi .....	45
3.2.2.	Analisis Hasil Kuesioner .....	45
3.2.3.	Analisis Hasil Wawancara.....	47
3.2.4.	Matriks Penarikan Kesimpulan .....	48
	<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>49</b>
4.1.	Strategi.....	49
4.1.1.	Strategi Pesan .....	50
4.1.2.	Strategi Kreatif .....	51
4.1.3.	Strategi Visual .....	52
4.1.4.	Strategi Media .....	54
4.2.	Hasil Perancangan .....	59
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Saran .....	69
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>