

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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 Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Cara pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.3 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Tujuan Promosi	10
2.1.2 Bauran Promosi	11

2.2	Periklanan.....	12
2.2.1	Strategi Kreatif.....	12
2.2.2	Tujuan Periklanan.....	14
2.3	Perilaku Konsumen.....	14
2.4	Media.....	15
2.4.1	Klasifikasi Media.....	15
2.5	Keunggulan Produk.....	16
2.6	Desain Komunikasi Visual.....	16
2.6.1	Unsur-unsur DKV.....	16
2.7	Tipografi.....	19
2.8	Layout.....	20
2.9	Ilustrasi.....	20
2.10	Bagan Teori.....	21
BAB III DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN.....		22
3.1	Data perusahaan.....	22
3.1.1	Profil Perusahaan.....	22
3.1.2	Produk Greenfields Fresh Milk.....	23
3.1.3	Sosial Media.....	23
3.2	Data Empirik.....	24
3.2.1	Data Wawancara.....	24
3.2.2	Data Observasi.....	25
3.2.3	Data Khalayak Sasaran.....	27
3.2.4	Hasil Survei Target Audiens.....	28
3.3	Data Kompetitor.....	29
3.4	Analisis SWOT.....	30
3.5	Matriks.....	31
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....		33
4.1	Strategi.....	33

4.1.1	Strategi Pesan	33
4.1.3	Strategi Visual.....	36
4.1.4	Strategi Media	38
4.2	Hasil Perancangan.....	39
4.2.1	Attention.....	39
4.2.2	Interest.....	41
4.2.3	Search.....	41
4.2.4	Action.....	42
4.2.5	Share.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		45
5.1.	Kesimpulan	45
5.2	Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA		46