

Daftar Isi

LEMBAR PERNYATAAN	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
KATA PENGANTAR.....	4
Abstrak	5
Abstract	6
Daftar Isi	7
Daftar Gambar.....	9
Daftar Tabel.....	10
Daftar lampiran	11
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 PERMASALAHAN	15
1.2.1 Identifikasi masalah.....	15
1.2.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 RUANG LINGKUP	15
1.4 TUJUAN PENELITIAN	16
1.5 CARA PENGUMPULAN DATA & ANALISIS.....	16
1.6 KERANGKA PENELITIAN.....	18
1.7 PEMBABAKAN	19
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Promosi.....	20
2.1 Advertising	20
2.2 PERILAKU KONSUMEN.....	21
2.2.1 Psikografis	21
2.2.2 AOI	21
2.3 STRATEGI KREATIF.....	22
2.4 IMC (Integreted Marketing Communication)	22
2.5 SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).....	22
2.6 MEDIA.....	23
2.6.1 Media Sosial	24

2.7	DKV	25
2.7.2	Layouting	26
2.7.3	Copywriting	26
2.8	Metode Penelitian	26
2.9.1	Kualitatif	26
2.9.2	Teknik Pengumpulan Data	27
2.9	AISAS	27
BAB III		29
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
3.1.2	Data Produk	30
3.1.4	Media Sosial Produk	31
3.2	Data Target Audiensi	32
3.2.1	Segmentasi Geografi	32
3.2.2	Segmentasi Demografi	32
3.2.3	Segmentasi Psikografis	33
3.3	Consumer Journey	33
3.3.1	AOI	33
3.4	Data Wawancara	33
3.4.1	Wawancara Pengguna Produk Kompetitor (Sensodyne)	33
3.4.1	Wawancara Pengguna Bukan Pengguna Produk	34
3.5	Data Hasil Kuesioner	36
3.6	Hasil Analisis SWOT data kompetitor	47
3.7	Penarikan Kesimpulan	48
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		50
4.1	Konsep Perancangan	50
4.2	Hasil Perancangan	61
BAB V PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		68
Lampiran		70