

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Metodologi Penelitian	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.2 Analisis Data	7
1.6 Kerangka Penelitian	9
1.7 Pembabakan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori Promosi.....	11
2.1.1 Tujuan Promosi	11
2.2 Brand Activation	12
2.2.1 Perancangan Brand Activation.....	13
2.3 Brand Awareness	14
2.4 Event	14
2.4.1 Event Experience.....	15

2.5	Teori Periklanan	16
2.5.1	Tujuan Periklanan.....	16
2.6	Teori Media.....	18
2.6.1	Klasifikasi Media	18
2.6.2	Media Sosial	19
2.6.3	AOI (Activity, Opinion, Interest)	20
2.6.4	AISAS	21
2.6.5	SWOT.....	22
2.7	Teori Perilaku Konsumen	23
2.8	Teori Target Audiens	24
2.9	<i>Influencer</i>	25
2.10	Desain Komunikasi Visual.....	25
2.10.1	Warna	26
2.10.2	Tipografi.....	27
2.10.3	Ilustrasi	28
2.10.4	Layout.....	28
2.11	Kerangka Teori.....	30
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		31
3.1	Data	31
3.1.1	Perusahaan.....	31
3.1.2	Data Produk	33
3.1.3	Media Sosial Perusahaan	35
3.1.4	Data Khalayak Sasaran.....	43
3.1.5	Data Hasil Observasi	49
3.1.6	Data Hasil Wawancara	50
3.1.7	Data Kuesioner	53
3.1.8	Data Kompetitor	57
3.2	Analisis Data	61
3.2.1	SWOT.....	61
3.2.2	Matriks Perbandingan.....	63

3.3	Kesimpulan	64
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		67
4.1	Perancangan Brand Activation.....	67
4.2	Konsep Pesan	67
4.2.1	Target Audiens	67
4.2.2	Big Idea (<i>What to say</i>).....	68
4.2.3	<i>How to Say</i>	69
4.3	Konsep Kreatif	71
4.3.1	Strategi Komunikasi	71
4.3.2	Strategi Visual	72
4.3.3	Konsep Media.....	72
4.3.4	Metode AISAS	72
4.4	Budgeting	75
4.5	Konsep Visual	76
4.5.1	Layout.....	76
4.5.2	Tipografi.....	77
4.5.3	Warna	78
4.6	Hasil Perancangan.....	79
4.6.1	Judul Event	79
4.6.2	Attention.....	79
4.6.3	Interest	84
4.6.4	Search	88
4.6.5	Action	92
4.6.6	Share.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		98