

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR & TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6 Sumber Data Primer .....	4
1.6.1 Metode Analisis Data .....	5
1.7 Kerangka Penelitian .....	6
1.8 Pembabakan .....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Media.....	10
2.2.1 Media Sosial .....	10
2.2.1.1 Jenis-Jenis Media Sosial.....	10
2.3 Promosi.....	15
2.3.1 Bauran Promosi .....	16
2.3.2 Strategi Promosi .....	17
2.3.3 Tujuan Promosi.....	18
2.3.4 Fungsi Promosi.....	19
2.4 Media Promosi .....	19
2.5 Periklanan.....	20

2.6	AISAS .....	20
2.7	<i>Branding</i> .....	21
2.8	Jenis Jenis <i>Branding</i> .....	23
2.9	<i>Brand Awareness</i> .....	24
2.10	Teori Desain Komunikasi Visual (DKV).....	24
2.11	Kerangka Teori.....	39
2.12	Asumsi.....	40
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS .....</b>		<b>41</b>
3.1	Data .....	41
3.1.1	Data Primer.....	41
1.	Profil Perusahaan .....	41
2.	Profil Produk Sejenis .....	44
3.	Observasi.....	48
4.	Produk Sejenis .....	49
5.	Wawancara.....	51
6.	Kuesioner .....	56
3.1.2	Data Sekunder.....	61
3.2	Analisis Data .....	63
3.2.1	Analisis Data Observasi.....	63
3.2.2	Analisis Data Produk Sejenis .....	64
3.2.3	Analisis Data Wawancara.....	65
3.2.4	Analisis Kuesioner.....	65
3.3	Kesimpulan Analisis Data.....	65
<b>BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>67</b>
4.1	Konsep Perancangan .....	67
4.2	Konsep Kreatif .....	69
4.3	Konsep Visual .....	70
5.1	Konsep Pesan .....	75
5.2	Konsep Perancangan .....	75
5.3	Strategi Media (AISAS).....	77
5.4	Hasil Perancangan .....	77
5.4.1	Media Promosi .....	77

5.5	Media Cetak .....	82
5.6	<i>Merchandising</i> .....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		90
LAMPIRAN.....		93