

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
KATA PENGANTAR.....	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	xi
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data	5
1.6.1 Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan	8
BAB II Landasan Teori	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Tujuan Promosi	10
2.1.2 Strategi Promosi	11
2.1.3 Bauran Promosi	12
2.2 Periklanan	13
2.2.1 Tujuan Periklanan	13
2.2.2 Jenis – Jenis Iklan.....	14
2.2.3 Copywiting.....	16
2.3 Media.....	17
2.3.1 Jenis Media	18
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	19
2.4.1 Unsur Dalam Desain.....	19
2.4.2 Tipografi	23

2.4.3 Layout.....	24
BAB III.....	26
3.1 Data Profil	26
3.1.1 Uraian Data Produk.....	27
3.1.2 Analisis Data Produk	30
3.2 Target Audience.....	34
3.2.1 Uraian Data Target Audience	34
3.2.2 Analisis Data Target Audience.....	37
3.3 Kompetitor.....	40
3.3.1 Uraian Data Kompetitor	40
3.3.2 Analisis Data Kompetitor.....	42
BAB IV	45
Konsep dan Strategi Pesan.....	45
4.1 Pesan	45
4.1.1 Konsep Strategi Pesan	45
4.1.2 Hasil Perancangan Pesan.....	46
4.1.3 How to Say	47
4.2 Strategi Visual Media	49
4.2.1 AISAS.....	51
4.2.2 Output Media	53
4.3 <i>Budgeting</i>	54
4.4 Hasil Perancangan	54
BAB V.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
Lampiran	76
Daftar Pustaka.....	80