

Daftar Isi

LEMBAR PERNYATAAN	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar.....	vi
BAB I Pendahuluan	7
1.1 Latar Belakang Masalah	7
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Ruang Lingkup	9
1.5 Tujuan Perancangan	10
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	10
1.7 Kerangka Penelitian	12
1.8 Pembabakan.....	13
BAB II Landasan Teori.....	14
2.1 Promosi.....	14
2.1.1 Pengertian.....	14
2.1.2 Tujuan	14
2.2.1 Brand Experience	15
2.3 Brand Saliance.....	17
2.4 Periklanan	18
2.5.1 Strategi Pesan	20
2.5.2 Soft Selling.....	21
2.5.3 Perilaku Konsumen	21
2.6 How To Say	22
2.6.1 Strategi Media	22
2.6.2 Visual Strategy.....	22
2.6.3 Perancangan Visual.....	23
2.6.3.1 Warna	23
2.6.3.2 Tipografi.....	24
2.6.3.2 Layout	25
2.7 Metode Analisis	25
2.8 Kerangka Teori.....	26
BAB III Data & Analisis Masalah	28
3.1 Data Produk.....	28
3.1.1 Kursus Bahasa Korea LAC	28
3.1.2 Data Observasi	31

3.1.2 Data Wawancara	35
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	35
3.1.4 Data Kuisisioner	38
3.1.5 Produk Sejenis atau Kompetitor	38
3.2.1 Analisis SWOT	39
3.2.2 Analisis Matriks	40
3.3 Kesimpulan Analisis Permasalahan	42
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	43
4.1 Konsep Perancangan	43
4.2 Strategi Komunikasi.....	43
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	43
4.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	43
4.2.3 Gaya Bahasa.....	43
4.3 Strategi Pesan.....	44
4.3.2 Strategi Kreatif.....	45
4.4 Metode AISAS.....	46
4.4.2 Timeline	47
4.5 Creative Brief.....	49
4.6 Konsep Visual.....	50
4.6.1 Visual Khalayak & Indikator	50
4.6.2 Consumer Journey.....	50
4.6.3 Gaya Visual.....	50
4.7 Hasil Perancangan	54
4.7.1 Logo	54
4.7.1 Attention	54
4.7.2 Interest	55
4.7.3 Search	56
4.7.4 Action	57
4.7.5 Share	59
Bab V Penutup	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	62
Lampiran	64
Kuisisioner.....	64
Data Pustaka.....	67