

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
TUGAS AKHIR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 USULAN GAGASAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Metodologi Penelitian.....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Analisis Data.....	5
1.6 Kerangka Penelitian.....	7
1.7 Pembabakan	8
1.7.1 BAB I.....	8
1.7.2 BAB II.....	8
1.7.3 BAB II.....	8
1.7.4 BAB IV	8

1.7.5	BAB V	8
BAB 2 LANDASAN TEORI		9
2.1	Promosi	9
2.1.1	Tujuan Promosi.....	9
2.1.2	Bauran Promosi.....	10
2.1.3	Fungsi Promosi	12
2.1.4	Manfaat Promosi.....	12
2.1.5	Strategi Promosi.....	13
2.2	Iklan Tematik	13
2.3	Periklanan (Advertising).....	13
2.3.1	Strategi Pesan.....	14
2.3.2	Strategi Kreatif.....	14
2.4	Metode Analisis	14
2.4.1	SWOT	15
2.4.2	AISAS	15
2.4.3	AOI	16
2.5	Perilaku Konsumen.....	16
2.6	Copywriting	16
2.7	Media	17
2.7.1	Media Digital	18
2.7.2	Media Sosial.....	18
2.7.3	Media Cetak.....	18
2.8	Desain Komunikasi Visual	19
2.8.1	Tipografi	19
2.8.2	Warna.....	19
2.8.3	Ilustrasi.....	20
2.8.4	Layout	20

2.8.5	Logo	20
2.8.6	Desain Kemasan.....	20
2.9	Visualisasi Promosi.....	20
2.9.1	X-Banner.....	21
2.9.2	Kemasan.....	21
2.9.3	Bilboard.....	21
2.9.4	Spanduk.....	22
2.10	Kerangka Teori	23
BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH		24
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	24
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek	24
3.1.2	Profil Perusahaan	24
3.1.3	Data Produk	25
3.1.4	Media Sosial Perusahaan	26
3.1.5	Data Khalayak Sasaran	30
3.1.6	Segmenting	31
3.1.7	<i>Targeting</i>	32
3.1.8	<i>Positioning</i>	32
3.2	Data Permasalahan.....	33
3.3	Data Hasil Observasi.....	33
3.4	Data Hasil Wawancara.....	35
3.4.1	Narasumber Pertama.....	36
3.4.2	Narasumber Kedua.....	37
3.5	Data Hasil Kuesioner	38
3.6	Data Kompetitor.....	41
3.6.1	Lemongrass Turmeric Ginger Tea	41
3.6.2	Teh TongTji Tematik Ginger Tea.....	42

3.7	Analisis	44
3.7.1	Analisis SWOT	44
3.7.2	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	48
3.7.3	Kesimpulan Hasil Analisis.....	49
BAB 4 STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN		53
4.1	Tahapan Perancangan Iklan Tematik.....	53
4.1.1	Big Idea (<i>What to Say</i>).....	53
4.1.2	<i>How to Say</i>	54
4.1.3	<i>Budgeting</i>	55
4.2	Tahapan Perancangan Visual.....	56
4.2.1	Gaya Visual.....	56
4.2.2	Iklan Tematik	57
4.2.3	Visual Poster	57
4.2.4	Visual Poster Promo	58
4.2.5	<i>Packaging</i>	58
4.2.6	Tipografi	58
4.2.7	Warna.....	59
4.2.8	Strategi Kreatif.....	60
4.2.9	Metode AISAS.....	60
4.3	Srategi Media	62
4.4	Hasil Perancangan.....	62
4.4.1	Media Utama.....	63
4.4.2	<i>Attention</i>	63
4.4.3	Interest.....	66
4.4.4	Search.....	70
4.4.5	Action.....	71
4.4.6	Share	74

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77