

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Identifikasi Masalah.....	3
1. 3 Rumusan Masalah.....	4
1. 4 Ruang Lingkup.....	4
1. 5 Tujuan Perancangan.....	4
1. 6 Manfaat Perancangan.....	4
1. 7 Metode Pengumpulan dan Analisis Data .....	5
1. 7. 1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1. 7. 2 Metode Analisis Data.....	6
1. 8 Kerangka Penelitian .....	8
1. 9 Pembabakan .....	9
BAB I Pendahuluan .....	9
BAB II Landasan Teori.....	9
BAB III Data.....	9
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan .....	9
BAB V Penutup .....	9
Daftar Pustaka.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2. 1 Promosi .....	10
2. 1. 1 Bauran Promosi.....	10
2. 2 Periklanan .....	13
2. 2. 1 Fungsi Iklan .....	13
2. 2. 2 Tujuan Periklanan .....	14

2. 2. 3 Strategi Kreatif Periklanan.....	14
2. 3 <i>Brand</i> .....	15
2. 3. 1 <i>Brand Awareness</i> .....	16
2. 4 <i>Brand Activation</i> .....	18
2. 4. 1 Tahapan <i>brand activation</i> .....	20
2. 5 <i>Event</i> .....	21
2. 6 Komunikasi.....	23
2. 7 Media .....	24
2. 7. 1 Media Cetak .....	25
2. 7. 2 Media Digital .....	25
2. 7. 3 Media Periklanan .....	25
2. 8 Target Audiens .....	26
2. 8. 1 Market Research .....	27
2. 8. 2 Perilaku Konsumen.....	28
2. 8. 3 Consumer Insight.....	29
2. 8. 4 Consumer Journey .....	30
2. 9 Desain Komunikasi Visual.....	30
2. 9. 1 <i>Layout</i> .....	32
2. 9. 2 Warna .....	33
2. 9. 3 Copywriting .....	37
2. 9. 4 Tipografi.....	37
2. 9. 5 Ilustrasi.....	39
2. 9. 6 Fotografi.....	39
2. 10 Bagan Kerangka Teori .....	40
<b>BAB III DATA &amp; ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>41</b>
3. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
3. 1. 1 Profil Perusahaan .....	41
3. 1. 2 Data Produk .....	42
3. 1. 3 Media Sosial Perusahaan .....	44
3. 1. 4 Data Khalayak Sasaran .....	47
3. 2 Data Permasalahan.....	49
3. 3 Data Hasil Observasi.....	50
3. 4 Data Hasil Wawancara .....	56

3. 5 Data Hasil Kuesioner .....	57
3. 6 Data Kompetitor.....	64
3. 6. 1 Coffee Fitz .....	64
3. 6. 2 Kapal Api Less Sugar.....	66
3. 7 Analisis.....	69
3. 7. 1 Matriks Perbandingan Media.....	69
3. 7. 2 Analisis SWOT .....	70
3. 7. 3 Kesimpulan Hasil Analisis.....	71
3. 8 Kesimpulan Analisis .....	72
<b>BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>73</b>
4. 1 Strategi.....	73
4. 1. 1 Strategi Perancangan.....	73
4. 1. 2 Strategi Pesan.....	75
4. 1. 3 Strategi Kreatif.....	75
4. 1. 4 Strategi Visual .....	78
4. 1. 5 Strategi Media .....	80
4. 2 Hasil Perancangan.....	82
4. 2. 1 Logo Event.....	82
4. 2. 2 Attention.....	82
4. 2. 3 Interest.....	84
4. 2. 4 Search.....	86
4. 2. 5 Action.....	87
4. 2. 6 Share .....	92
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>93</b>
5. 1 Kesimpulan .....	93
5. 2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>