

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	7
1.5.2 Metode Analisis Data	8
1.6 Kerangka Penelitian.....	9
1.7 Pembabakan.....	10
BAB II.....	11
2.1 Strategi Promosi.....	11
2.2 Komunikasi.....	11
2.2.1 Jenis Komunikasi	12
2.3 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	13
2.3.1 Tujuan Periklanan.....	13
2.4 <i>Brand</i>	14
2.5 <i>Brand Activation</i>	15
2.5.1 <i>Promotional Event</i>	15
2.6 <i>Brand Awareness</i>	16
2.7 Desain Komunikasi Visual.....	16

2.7.1	<i>Copywriting</i>	18
2.7.2	<i>Layout</i>	18
2.7.3	Tipografi.....	19
2.7.4	Komposisi.....	19
2.8	Produk.....	19
2.9	Analisa SWOT.....	20
2.10	AOI.....	20
2.11	Target Audiens.....	21
2.12	Media.....	22
2.12.1	Jenis Media.....	22
BAB III	24
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek.....	25
3.1.2	Profil Perusahaan.....	25
3.1.3	Data Produk.....	28
3.1.4	FAB.....	29
3.1.5	Tantangan pengembangan produk ;.....	30
3.1.6	Analisis SWOT pada Brand Supermi.....	31
3.2	Analisis Kompetitor.....	32
3.2.1	Struktur Organisasi ICBP ;.....	33
3.3	Media Sosial Perusahaan.....	34
3.3.1	Instagram.....	35
3.3.2	Youtube.....	38
3.3.3	Tiktok.....	41
3.3.4	Website.....	43
3.4	Data Khalayak Sasaran.....	46
3.4.1	Demografis.....	46
3.5	Analisis AISAS.....	48
3.5.1	<i>Positioning</i> :.....	49
3.5.2	<i>USP (Unique Selling Point)</i> :.....	49
3.5.3	Analisis PDB (<i>Positioning, Diferensiasi, Brand</i>) :.....	49
3.6	Analisa Produk.....	50
3.6.1	Brand: <i>Visual Image</i> dari brand Supermi Nutrimi <i>Product</i> :.....	51

3.8	Data Permasalahan Permasalahan Umum	56
3.8.1	Permasalahan Khusus	58
3.8.2	Permasalahan DKV	58
3.9	Data Hasil Observasi	59
3.10	Data Hasil Wawancara	62
3.11	Data Hasil Kuesioner	65
3.12	Analisis Perbandingan SWOT Kompetitor.....	79
3.12.1	Data Kompetitor.....	79
3.13	Analisis	80
3.13.1	Analisis SWOT.....	80
3.13.2	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL	81
3.13.3	Kesimpulan Hasil Analisis	82
BAB IV.....		83
4.1	Strategi.....	83
4.1.1	Strategi Pesan / Komunikasi Penetapan Ide Besar.....	83
4.1.2	Strategi Kreatif	84
4.1.3	Strategi Visual	85
4.1.4	Strategi Media	86
4.2	Dokumen Pribadi, 2024	86
4.2.1	Instagram.....	86
4.2.2	Media Luar Ruang	88
4.2.3	<i>Merchandise</i>	92
4.2.4	Lokasi dan tempat Pelaksanaan Event Masak	95
4.2.5	Sketsa Maket Event.....	97
BAB V.....		100
DAFTAR PUSTAKA		102