

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Metode Pengumpulan Data	5
1.8 Metode Penelitian dan Analisis Data	7
1.9 Kerangka Penelitian	9
1.10 Pembabakan	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
2.1 Promosi	12
2.2 POP (<i>Point of Purchase</i>)	15
2.3 OOH (<i>Out of Home</i>)	18
2.4 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	19
2.5 Media	25
2.6 Perilaku Konsumen	29
2.7 Desain Komunikasi Visual	29
2.8 Tipografi	30

BAB III	32
DATA DAN ANALISIS	32
3.1 Data Perusahaan dan Produk	32
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	39
3.3 Data Permasalahan	42
3.4 Data Empirik	43
3.5 Data Kompetitor	53
3.6 Analisis SWOT.....	55
3.7 Kesimpulan Analisis.....	57
BAB IV	58
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	58
4.1 Strategi Pesan	58
4.2 Konsep Visual	65
4.3 Konsep Visual Media	68
4.4 Hasil Perancangan	74
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83