

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	5
1.7 Metode Pengumpulan Data	6
1.8 Analisis Data	7
1.9 Kerangka Penelitian.....	9
1.10 Pembabakan.....	10
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori	11
2.1.2 Teori Brand.....	12
2.1.3 Teori Brand Awareness	13

2.1.2 Teori Promosi	13
2.1.3 Teori Komunikasi	14
2.1.4 Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.1.5 Copywriting.....	16
2.1.6 Teori Kemasan.....	16
2.1.7 Desain Komunikasi Visual	16
2.1.8 Warna.....	17
2.1.9 Tipografi dan Logo	18
2.1.10 Layout.....	19
2.1.11 Media Iklan.....	19
BAB III.....	25
3.1 Data.....	25
3.1.1 Data Instritusi Pemberi Proyek.....	25
3.1.2 Brand Personality.....	27
3.1.3 Varian Produk dan Distribusi	27
3.1.4 Positioning Slogan dan Tagline	27
3.1.5 Analisis SWOT dan USP	27
3.1.6 Feature Advantage Benefit	31
3.1.1 Data Produk Atas Objek Yang Digarap.....	31
3.1.2 Data Hasil Wawancara.....	32
3.1.3 Data Hasil Observasi	33
3.1.4 Data Hasil Wawancara.....	37
3.1.5 AOI Activities Opinion Interest.....	38
3.1.6 Perilaku Konsumen.....	40

3.1.7	Data Kuesioner	40
3.1.8	Data Pesaing dan Media Sejenis.....	41
3.1	Analisis Data.....	45
3.1.1	Analisis Hasil Observasi	45
BAB IV	46
4.1	Strategi.....	46
4.1.1	Strategi Pesan (What To Say).....	47
4.1.2	How To Say	48
4.1.3	Strategi Kreatif	49
4.1.4	Strategi Visual	52
4.1.5	Strategi Media	55
4.2	Hasil Perancangan.....	56
4.2.1	Attention	57
4.2.2	Interest	60
4.2.3	Search	65
4.2.4	Action	67
4.2.5	Share	68
4.3	Budgeting	70
BAB V	72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
	Daftar Pustaka	74