

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1	1
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 Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif	5
1.7 Metode Analisis Data	6
1.8 Kerangka Penelitian	8
1.9 Pembabakan	9
BAB II	9
LANDASAN TEORI	10
2.1 Komunikasi	10
2.2 Pemasaran	10
2.3 Advertising	11
2.4 Brand	13

2.5 Promosi.....	16
2.6 Perilaku Konsumen.....	17
2.7 Pesan.....	18
2.8 Media.....	19
2.9 Event.....	20
2.10 Desain Komunikasi Visual.....	20
2.1 Kerangka Teori.....	24
BAB III.....	25
DATA DAN ANALISIS.....	25
3.1 Data Perusahaan.....	25
3.2 Data Produk.....	26
3.1.1 Foto Produk.....	28
3.3 Digital Media.....	34
3.1.2 Instagram.....	35
3.1.3 TikTok.....	35
3.1.4 Youtube.....	36
3.1.5 Twitter.....	37
3.2 Data Kompetitor.....	37
3.5 Analisis SWOT.....	39
3.6 Analisis Media.....	40
3.7 Segmentasi Pasar.....	41
3.8 Analisis AOI.....	42
3.9 Hasil Observasi, Wawancara dan Kuesioner.....	43
BAB IV.....	47
STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....	47
4.1 Strategi.....	47

4.2 Big Idea	48
4.2 Strategi Pesan	49
4.3 Strategi Kreatif	50
4.4 Strategi Visual	51
4.5 Hasil Perancangan	54
BAB V	59
PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	66