

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	8
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.7.2 Metode Analisis Data.....	9
1.8 Pembabakan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Promosi	12
2.1.1 Pengertian Promosi	12
2.1.2 Iklan.....	12
2.1.3 Jenis-jenis Iklan.....	13
2.1.4 Fungsi Iklan.....	13

2.1.5 Iklan Televisi.....	13
2.1.6 Brand Awareness	16
2.2 Strategi Kreatif.....	19
2.2.1 Strategi Pesan.....	19
2.2.2 Strategi Visual.....	20
2.2.3 Strategi Media	21
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	22
2.3.1 Titik.....	22
2.3.2 Ruang	23
2.3.3 Warna.....	23
2.3.4 Tipografi.....	23
2.4 Target Pasar.....	23
2.4.1 Perilaku Konsumen	24
2.4.2 AOI.....	24
2.5 AISAS	24
2.6 Kerangka Teori.....	26
2.7 Asumsi.....	26
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	28
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
3.1.1 Profil Perusahaan	28
3.1.2 Data Produk (Brodo Inizio).....	29
3.1.3 Media Sosial Perusahaan.....	31
3.1.4 Data Khalayak Sasar	34
3.2 Data Observasi	35
3.2.1 Observasi Media Iklan	35
3.3 Data Wawancara	39
3.3.1 Wawancara Internal Brodo	39
3.4 Data Kuesioner.....	41
3.5 Data Kompetitor.....	46

3.5.1 Kompetitor 1 (910 Haze Vision).....	46
3.5.2 Kompetitor 2 (Ortuseight Hyperfuse 1.4)	48
3.6 AOI Potential Customer	50
3.6.1 Target Customer Brodo Inizio	51
3.6.2 Analisis FAB, USP, & Positioning	54
3.6.3 Analisis Matriks	57
3.6.4 Analisis SWOT	58
3.7 Kesimpulan Hasil Analisis	60
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	62
4.1 Konsep Perancangan	62
4.1.1 Big Idea	62
4.1.2 Strategi Pesan	62
4.1.3 Strategi Visual	64
4.1.4 Strategi Media	67
4.1.5 Model AISAS	68
4.1.6 Timeline AISAS	69
4.2 Proses Perancangan	70
4.2.1 Pra Produksi	70
4.2.2 Produksi	78
4.2.3 Paska Produksi	80
4.3 Hasil Perancangan	82
4.3.1 Hasil Perancangan Media Utama	82
4.3.2 Hasil Perancangan Media Pendukung	87
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	101
LAMPIRAN	102
DAFTAR PUSTAKA	102