

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	4
BAB I.....	12
PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Ruang Lingkup	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Cara Pengumpulan Data & analisis	16
1.6.1 Metode pengumpulan data.....	16
a. Studi Pustaka	16
c. Metode Wawancara.....	17
d. Metode Kuesioner	17
1.6.2 Metode Analisis	18
a. Teknik Analisa Kualitatif.....	18
b. Teknik analisa kuantitatif.....	18
c. SWOT	18
d. AOI.....	18
e. AISAS	19
f. Matriks perbandingan.....	19
1.7 Kerangka Penelitian.....	20
1.8 Pembabakan.....	21
BAB II.....	22
2.1 Promosi	22
2.2 Kampanye Digital	23
2.3 Pemasaran	23
2.3.1 Bauran Pemasaran.....	23
2.4 Periklanan	24
2.5 Brand awareness	24
2.6 Brand Experience.....	26
2.7 Consumer behavior	26
2.8 AOI (Activity, Opinion, Interest).....	26
2.9 Strategi Kreatif.....	27
2.9.1 AISAS	27
2.9.2 SWOT	27

2.9.3	Matrix Perbandingan.....	27
2.10	Media Promosi.....	28
2.10.1	Pengertian Media.....	28
2.10.2	Pengertian Media Promosi.....	28
2.10.3	Jenis-jenis Media Promosi.....	28
2.10.4	Media Sosial.....	29
2.10.5	Media Cetak.....	30
2.11	Desain Komunikasi Visual.....	30
2.11.1	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	30
1.	Garis.....	30
2.	Titik.....	30
3.	Bentuk.....	31
4.	Warna.....	31
5.	Tekstur.....	31
6.	Tipografi.....	32
7.	Layout.....	33
2.12	Copywriting.....	33
BAB III.....		35
3.1	Data Perusahaan.....	34
3.2	Data Produk.....	35
3.3	Data Target Audiens.....	37
3.4	Data Empirik.....	39
3.5	Data Kompetitor.....	46
3.6	Analisa Matriks Perbandingan.....	50
3.7	Analisa SWOT.....	51
3.8	Penarikan Kesimpulan.....	51
BAB IV.....		54
4.1	Strategi.....	53
4.1.1	Strategi Pesan.....	54
4.1.2	BIG IDEA.....	55
4.1.3	Strategi Kreatif.....	55
4.1.4	Strategi Visual.....	56
4.1.5	Strategi Media.....	59
4.2	Hasil Perancangan.....	61
4.2.1	Attention.....	61
4.2.2	Interest.....	63
4.2.3	Search.....	66
4.2.4	Action.....	67

4.2.5	Share	68
BAB V		71
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		77