

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian & Perancangan.....	5
1.5 Cara pengumpulan dan Analisis Data.....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis Data	6
a) Analisis SWOT.....	6
1.6 Kerangka Penelitian.....	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	10
2.1 Teori Relevan	10
2.1.1 Teori promosi	10
2.1.2 Teori Periklanan.....	11
2.1.3 Brand Loyalty	13
2.1.3 Strategi Pesan	14
2.1.4 Strategi Visual	14
2.1.5 Strategi Media.....	15
2.1.6 Television Commercial (TVC)	16
2.1.7 Consumer Insight dan AOI	21
2.1.8 Target Pasar.....	22
2.1.10 Analisis Data.....	23

2.1.11 Teori Desain Komunikasi Visual (DKV).....	24
2.2 Kerangka Teori dan Asumsi.....	28
2.2.1 Kerangka Teori.....	28
.....	28
2.2.2 Asumsi.....	29
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	30
3.1 Data Produk.....	30
3.1.1 Data Institusi.....	30
3.1.2 Data Produk.....	32
3.3 Data Khalayak.....	37
3.4 Data Observasi.....	41
3.5 Data Kompetitor.....	46
3.5.1 Muamalat DIN (Digital Islamic Network).....	47
3.5.2 BCA Syariah.....	48
3.6 Data Analisis Kompetitor.....	50
3.6.1 Analisis Matriks.....	50
3.6.2 Analisis SWOT.....	51
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....	52
4.1 Perancangan.....	52
4.1.1 Big Idea.....	53
4.1.2 Strategi Pesan.....	53
4.1.3 Strategi Visual.....	54
4.1.4 Strategi Media.....	57
4.1.5 Model AISAS.....	58
4.1.6 Timeline AISAS.....	59
4.2 Proses Perancangan.....	60
4.2.1 Pra Produksi.....	60
4.2.2 Produksi.....	67
4.3 Hasil Perancangan.....	70
4.3.1 Hasil Perancangan Media Utama.....	70
4.3.2 Hasil Perancangan Media Pendukung.....	75
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	83

LAMPIRAN.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	92