

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| DAFTAR ISI | III |
| DAFTAR GAMBAR..... | V |
| DAFTAR TABLE | VII |
| ABSTRAK | VIII |
| ABSTRACT | IX |
| KATA PENGANTAR..... | X |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Ruang Lingkup | 3 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data | 4 |
| 1.7 Kerangka Penelitian..... | 6 |
| 1.8 Pembabakan | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 2.1 Promosi | 8 |
| 2.1.1 Tujuan Promosi | 8 |
| 2.2 Strategi Promosi..... | 9 |
| 2.2.1 Bauran Promosi | 10 |
| 2.3 Periklanan | 11 |
| 2.3.1 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 2.3.1 Jenis – Jenis Iklan..... | 12 |
| 2.4 Media | 13 |
| 2.4.1 Copywriting..... | 13 |
| 2.4.2 Tipografi..... | 19 |
| 2.4.3 Layout..... | 19 |
| 2.4.4 Iklan..... | 20 |
| 2.4.5 Packaging | 21 |
| 2.4.6 OOH (Out of Home) | 22 |
| 2.5 Desain Komunikasi Visual | 23 |
| BAB III URAIAN DATA DAN ANALISI | 29 |
| 3.1 Data Profil..... | 29 |
| 3.1.1 Uraian Data Produk..... | 30 |
| 3.1.2 Analisis Data Produk..... | 37 |
| 3.1.3 SWOT..... | 42 |
| 3.2 Target Audience..... | 42 |
| 3.2.1 Segmentasi | 42 |
| 3.2.2 Wawancara bersama Marketing PT Surya Pratista Utama | 43 |
| 3.2.3 Wawancara Bersama Target Audience | 44 |
| 3.2.4 Consumer Journey | 45 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.5 Analisis AOI..... | 45 |
| 3.2.6 Hasil Kuesioner | 46 |
| 3.3 Kompetitor | 51 |
| 3.3.1 Mie Gaga | 51 |
| 3.3.2 Mie Richeese | 52 |
| BAB IV KONSEP DAN STRATEGI PESAN | 55 |
| 4.1 Strategi Pesan..... | 55 |
| 4.1.1 Konsep pesan..... | 55 |
| 4.1.2 Strategi Kreatif | 56 |
| 4.1.3 AISAS | 61 |
| 4.2 Konsep Visual..... | 64 |
| 4.2.1 Referensi Visual Desain | 65 |
| 4.2.2 Tipografi..... | 66 |
| 4.2.3 Palet warna | 67 |
| 4.3 Konsep Visual Media..... | 68 |
| 4.4 Media Utama..... | 68 |
| 4.5 Media Pendukung | 69 |
| 4.5.1 Media Cetak | 69 |
| 4.6 Hasil Perancangan..... | 72 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 87 |