

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK	5
ABSTRACT.....	6
DAFTAR ISI.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	4
1.1. Latar Belakang Masalah.....	4
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Ruang Lingkup	6
1.5. Tujuan Penelitian/Perancangan.....	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Akademisi.....	8
1.6.2 Manfaat bagi Plan Paint Indonesia.....	8
1.6.3 Manfaat Target Audiens	8
1.7. Metodologi Penelitian.....	9
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	9
1.7.2 Metode Analisis Data.....	10
1.8. Kerangka Penelitian.....	11
1.9. Pembabakan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Promosi.....	15
2.1.1 Pengertian.....	15
2.1.2 Tujuan.....	16
2.2 Integrated Marketing Communication (IMC)	18
2.3 Advertising	18
2.4 Digital Marketing	18
2.5 Strategi Pesan	18
2.6 Copywriting	19
2.7. Soft Selling.....	21

2.8	Perilaku Konsumen	22
2.9	Strategi Media.....	22
2.10	AISAS	25
2.11	Desain Komunikasi Visual.....	27
2.11.1	Fungsi – Fungsi Desain Komunikasi Visual	29
2.11.2	Elemen Desain Komunikasi Visual	30
2.11.3	Unsur – Unsur Visual	32
2.11.4	Prinsip – Prinsip Visual.....	34
2.12	Teori.....	41
2.12.1	Teori Branding	41
2.12.2	Teori Branding Activation	43
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		45
3.1.	Data Merek	45
3.1.1	Plan Paint Indonesia.....	45
3.1.2	Produk Plan Paint Indonesia	46
3.1.3	Media Sosial Plan Paint Indonesia.....	50
3.2	Data Khalayak Sasaran	54
3.2.1	Demografis.....	54
3.2.2	Psikografis	55
3.2.3	Geografis.....	56
3.2.4	Consumer Journey.....	57
3.2.5	AOI.....	59
3.3	Data Empirik	60
3.3.1	Data Wawancara.....	60
3.3.2	Data Observasi	60
3.3.3	Data Kuesioner.....	61
3.4	Data Kompetitor	63
3.4.1	Belkote.....	63
3.4.2	Penta Prima	64
3.4.3	Analisis SWOT	65
3.4.4	Analisis Matriks Perbandingan.....	66
3.5	Kesimpulan Analisis Permasalahan	69

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	71
4.1 Konsep Perancangan	71
4.2 Strategi Komunikasi.....	71
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	71
4.2.2 Pendekatan Komunikasi	72
4.2.3 Gaya Bahasa.....	72
4.3 Strategi Pesan	73
4.3.1 How to Say.....	73
4.3.2 Poin Media yang Digunakan:	74
4.4 Strategi Kreatif.....	74
4.5 Konsep Visual	76
4.5.1 Gaya Visual	76
4.5.1 Referensi	77
4.5.2 Tipografi	78
4.5.3 Warna	80
4.6 Hasil Perancangan.....	81
4.6.1 Attention	81
4.6.2 Interest	82
4.6.3 Search.....	84
4.6.4 Action	85
4.6.5 Share	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	92