

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Rumusan Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4. Ruang Lingkup.....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6 Manfaat Perancangan.....</b>	<b>4</b>
1.6.1 Manfaat bagi Peneliti .....	4
1.6.2 Manfaat bagi Perusahaan .....	4
1.6.3 Manfaat bagi Akademi .....	4
<b>1.7 Cara Pengumpulan Data dan Analisis .....</b>	<b>5</b>
1.7.1 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.7.2 Cara Pengumpulan Analisis .....	6
<b>1.8 Kerangka Perancangan .....</b>	<b>8</b>
<b>1.9 Pembabakan .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>

<b>2.1</b>	<b>Pemasaran.....</b>	<b>10</b>
2.1.1	Fungsi Pemasaran.....	10
2.1.2	Tujuan Pemasaran .....	11
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	11
<b>2.2</b>	<b>Promosi.....</b>	<b>12</b>
2.2.1	Fungsi Promosi.....	13
2.2.2	Tujuan Promosi .....	13
2.2.3	Bauran Promosi.....	14
<b>2.3</b>	<b>Periklanan.....</b>	<b>15</b>
2.3.1	Fungsi Iklan.....	15
2.3.2	Brand Awareness .....	16
2.3.3	Copywriting.....	17
<b>2.4</b>	<b>Brand Activation.....</b>	<b>18</b>
2.4.1	Event.....	19
<b>2.5</b>	<b>SWOT.....</b>	<b>20</b>
<b>2.6</b>	<b>Media.....</b>	<b>21</b>
<b>2.7</b>	<b>AISAS.....</b>	<b>21</b>
<b>2.8</b>	<b>AOI.....</b>	<b>22</b>
<b>BAB III</b>	<b>DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1</b>	<b>Data.....</b>	<b>24</b>
3.1.1	Profil Perusahaan .....	24
3.1.2	Data Produk Arei <i>Outdoor</i> .....	27
3.1.3	Data Khalayak Sasaran .....	29
3.1.4	Data Kompetitor.....	33
3.1.5	Data Hasil Wawancara .....	40
3.1.6	Data Hasil Observasi.....	41
3.1.7	Data Hasil Kuesioner .....	42
<b>3.2</b>	<b>Analisis .....</b>	<b>45</b>
3.2.1	SWOT .....	45
3.2.2	Matriks Perbandingan .....	48

<b>3.3</b>	<b>Referensi <i>Event</i></b> .....	49
<b>BAB IV</b>	.....	<b>51</b>
<b>4.1</b>	<b>Strategi Pesan</b> .....	<b>51</b>
4.1.1	Konsep Pesan .....	51
4.1.2	Strategi Kreatif.....	52
<b>4.2</b>	<b>Konsep Visual</b> .....	<b>56</b>
4.2.1	<i>Layout</i> .....	56
4.2.2	Tipografi.....	56
4.2.3	Palet Warna .....	58
<b>4.3</b>	<b>Konsep Visual Media</b> .....	<b>58</b>
4.3.1	Media Utama.....	58
4.3.2	Media Pendukung.....	59
<b>4.4</b>	<b>Hasil Perancangan</b> .....	<b>61</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	.....	<b>69</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>69</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	<b>69</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>70</b>