

DAFTAR ISI

<i>PERANCANGAN IKLAN BRAND COTTONINK “YOUR GO-TO DAILY APPAREL” UNTUK MEMBANGUN BRAND SALIENCE DI KOTA JAKARTA</i>	<i>i</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>ii</i>
<i>PERANCANGAN IKLAN BRAND COTTONINK “YOUR GO-TO DAILY APPAREL” UNTUK MEMBANGUN BRAND SALIENCE DI KOTA JAKARTA</i>	<i>ii</i>
<i>LEMBAR PERNYATAAN</i>	<i>iii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vi</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Pengumpulan Data	5
1.6.2 Analisis Data	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
<i>BAB II LANDASAN TEORI</i>	<i>10</i>
2.1 Fast Fashion	10
2.2 Fashion Rental	10
2.3 Capsule Wardrobe	11
2.4 Brand Salience	11

2.5 Promosi.....	12
2.5.1 Tujuan Promosi	12
2.6 Periklanan (Advertising)	13
2.6.1 Tujuan Periklanan.....	14
2.7 Campaign	14
2.7.1 Tujuan Campaign	14
2.8 Media	14
2.8.1 Jenis Media.....	14
2.9 Market Research	16
2.10 Perilaku Konsumen.....	16
2.11 Consumer Insight	17
2.12 Consumer Journey	18
2.13 Copywriting	19
2.14 Desain Komunikasi Visual.....	19
2.14.1 Unsur Desain Komunikasi Visual	20
2.15 Kerangka Teori.....	25
<i>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</i>	26
3.1 Data Objek Penelitian.....	26
3.1.1 Profile dan Sejarah Cottonink	26
3.1.2 Data Produk.....	27
3.1.3 Data Offline Store	34
3.1.4 Feature, Advantage, dan Benefit (FAB).....	35
3.1.5 Data Social Media	36
3.2 Data Khalayak Sasaran	41
3.2.1 Segmentasi	41
3.3 Observasi.....	43
3.3.1 Data Situs Rental Baju	43
3.3.2 Matriks Perbandingan Situs Rental Pakaian	46
3.4 Data Hasil Wawancara	49
3.5 Data Hasil Kuesioner	50
3.6 Data Kompetitor.....	57
3.6.1 Heart Troops.....	57
3.6.2 Miroir	60
3.7 Analisis	62
3.7.1 Analisis SWOT.....	62

3.7.2 Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL	64
3.7.3 Kesimpulan Hasil Analisis	65
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....	67
4.1 Strategi	67
4.1.1 Strategi Perancangan	67
4.1.2 Strategi Pesan	68
4.1.3 Strategi Kreatif	68
4.1.4 Strategi Media	70
4.2 Strategi Visual.....	72
4.2.1 Tipografi	72
4.2.2 Warna	73
4.2.3 Layout	73
4.3 Budget Perancangan Media	74
4.4 Hasil Perancangan	76
4.4.1 Media Attention.....	76
4.4.2 Media Interest.....	78
4.4.3 Media Search.....	82
4.4.4 Media Action	90
4.4.5 Media Share	97
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100