

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	<b>1</b>
1.2. Permasalahan .....	<b>3</b>
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	<b>3</b>
1.2.2. Rumusan Masalah .....	<b>4</b>
1.3. Ruang Lingkup .....	<b>4</b>
1.4. Tujuan Penelitian .....	<b>5</b>
1.4.1. Tujuan Umum .....	<b>5</b>
1.4.2. Tujuan Khusus .....	<b>5</b>
1.5. Metode Penelitian .....	<b>5</b>
1.5.1. Metode Yang Digunakan .....	<b>5</b>
1.5.2. Metode Pengumpulan Data .....	<b>6</b>
1.6. Kerangka Perancangan .....	<b>7</b>
1.7. Pembabakan .....	<b>8</b>
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1. Tinjauan Teoritik .....	<b>9</b>
2.1.1. Pemasaran .....	<b>9</b>
2.1.1.1 Bauran Pemasaran .....	<b>9</b>

2.1.1.2 Komunikasi Pemasaran .....	10
2.1.1.3 Proses Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.2 Promosi .....	12
2.1.2.1 Tujuan Promosi .....	13
2.1.3 Media .....	14
2.1.3.1 Jenis-jenis Media Promosi .....	15
2.1.3.2 Definisi <i>Billboard</i> Dan Efektivitas Media Luar Ruang .....	16
2.1.3.3 Definisi dan Fungsi <i>Booth</i> .....	17
2.1.3.4 Definisi dan Fungsi <i>Web Banner</i> .....	17
2.1.4 User Interface Desain (UID) .....	18
2.1.5 Application Mobile <i>Android</i> .....	19
2.1.5.1 Kelebihan <i>Application Mobile</i> .....	22
2.1.6 Iklan .....	22
2.1.6.1 Tujuan Iklan .....	23
2.1.6.2 Jenis-Jenis Iklan .....	23
2.1.7 Desain Komunikasi Visual .....	25
2.1.7.1 Unsur Iklan Dalam Desain Komunikasi Visual.....	25
2.1.7.2 Elemen Iklan Dalam Desain Komunikasi Visual .....	27
2.1.8 Teori Psikologi Dewasa Awal .....	28
2.1.9 Teori SWOT .....	29
2.1.10 Teori Matriks SWOT .....	30
2.1.11 Teori AIO .....	31
2.1.12 Teori AISAS .....	32

### **BAB III DATA DAN ANALISIS**

3.1. Data .....	33
3.1.1. Gerai Hawa .....	33
3.1.2. Data Produk .....	34
3.1.3. Data Khalayak Sasaran .....	36
3.1.4. Data Produk Sejenis .....	37

3.1.4.1. Strategi Promosi Kompetitor .....	37
3.1.5. Data Hasil Wawancara .....	45
3.1.6. Data Hasil Observasi (AIO) .....	46
3.2. Analisis .....	49
3.2.1. Analisis Perbandingan dengan Produk Sejenis .....	49
3.2.2. Analisis SWOT .....	51
3.2.3. Analisis Matriks SWOT .....	54
3.2.4. Gagasan Perancangan .....	56
<b>BAB VI KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b>	
4.1. Konsep Perancangan .....	57
4.1.1. Strategi Pesan .....	57
4.1.2. Strategi Kreatif .....	58
4.1.3. Strategi Pendekatan .....	60
4.1.4. Strategi Visual .....	60
4.1.4.1. Pengayaan Visual .....	62
4.1.4.2. Digital Imaging .....	63
4.1.4.3. Layout .....	63
4.1.4.4. Tipography .....	64
4.1.4.5. Warna .....	66
4.1.5. Strategi Media .....	67
4.1.5.1. Media Yang Digunakan .....	68
4.1.5.2. Perencanaan Media .....	68
4.1.6. Hasil Perancangan Media .....	71
4.1.6.1. <i>Application Mobile</i> .....	71
4.1.6.2. <i>Billboard dan X-Banner</i> .....	78
4.1.6.3. <i>Web Banner</i> .....	78
4.1.6.4. <i>Booth</i> .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>
-----------------------	-----------