

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi Masalah.....	4
1.3    Rumusan Masalah.....	4
1.4    Tujuan Penelitian .....	4
1.5    Manfaat Penelitian .....	5
1.5.1    Bagi Akademis .....	5
1.5.2    Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.....	5
1.5.3    Bagi Pembaca .....	5
1.6    Ruang Lingkup .....	5
1.7    Metode Penelitian .....	5
1.7.1    Metode Pengumpulan Data .....	5
1.7.2    Metode Analisis .....	6
1.8    Kerangka Perancangan.....	7
1.9    Pembabakan.....	8
1.9.1    BAB I Pendahuluan .....	9
1.9.2    BAB II Landasan Teori.....	9
1.9.3    BAB III Data dan Analisis .....	9
1.9.4    BAB IV Konsep dan Perancangan.....	9
1.9.5    BAB V Penutup .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1    Teori Perancangan.....	9
2.2    Teori Promosi.....	10
2.3    Strategi Promosi.....	11

2.4	Branding .....	13
2.5	Strategi.....	14
2.6	Pemasaran .....	15
2.7	Iklan.....	16
2.8	AISAS.....	18
2.9	SWOT.....	19
2.10	Proses Komunikasi.....	19
2.11	Media.....	20
2.12	Desain Komunikasi Visual .....	22
2.13	Persepsi Konsumen .....	40
2.14	Target Audiance .....	43
2.15	Penelitian Terdahulu .....	44
2.16	Kerangka Teori dan Asumsi .....	45
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>		<b>46</b>
3.1	Data Pemberi Proyek.....	46
3.2	Logo.....	48
3.3	Sistematika Sewa Menyewa .....	49
3.4	Legalitas Perusahaan .....	51
3.5	Kegiatan Promosi Hipcar.....	51
3.6	Data Khalayak Sasaran.....	55
3.7	Kuesioner.....	56
3.8	Data Proyek Sejenis .....	63
3.9	Analisis SWOT .....	73
<b>BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>78</b>
4.1	Konsep Pesan.....	78
4.2	Konsep Kreatif .....	78
4.3	Hasil Perancangan.....	92
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>103</b>
5.1	Kesimpulan .....	103