

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>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 Masalah .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>3</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.7 Metodologi Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.7.1 Metodologi Pengumpulan Data .....</b>	<b>5</b>
<b>1.7.2 Metode Analisis .....</b>	<b>5</b>
<b>1.8 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.9 Pembabakan .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>

<b>2.1 Branding .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1 Unsur Branding .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2 Digital Branding .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.3 Perilaku konsumen .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.4 Digital marketing .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.5 Branding menggunakan instagram .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.6 Brand Awareness .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 New Media .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 Metode Strategi Media .....</b>	<b>19</b>
<b>2.4 Periklanan .....</b>	<b>20</b>
<b>2.4.1 Tujuan Periklanan .....</b>	<b>21</b>
<b>2.4.2 Jenis-Jenis media periklanan .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4.3 Faktor-Faktor Pemilihan media Periklanan .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 Copy Writing .....</b>	<b>23</b>
<b>2.6 Desain Komunikasi Visual .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6.2 Unsur-Unsur Visual .....</b>	<b>26</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>33</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 Data Pemberi Proyek .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1.1 Profil .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1.2 Struktur Organisasi .....</b>	<b>35</b>
<b>3.2 Data Permasalahan .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 Data Empirik .....</b>	<b>37</b>
<b>3.3.1 Data Wawancara .....</b>	<b>37</b>
<b>3.3.2 Data Observasi .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3.3 Pengambilan Sampel .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.4 Data Khalayak Sasaran .....</b>	<b>40</b>
<b>3.3.5 Analisis Data Sejenis .....</b>	<b>44</b>

<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>47</b>
<b>4.1 Konsep Strategi Branding .....</b>	<b>47</b>
4.1.1 Konsep Komunikasi .....	48
4.1.2 Strategi Kreatif .....	50
4.1.3 Analisis 5W+1H .....	52
4.1.4 Startegi Media .....	53
4.1.5 Spesifikasi Media .....	54
<b>4.2 Konsep visual .....</b>	<b>56</b>
4.2.1 Refrensi .....	56
4.3.1 Refrensi Konsep .....	57
<b>4.3 Layout .....</b>	<b>59</b>
<b>4.4 Tipografi .....</b>	<b>59</b>
<b>4.5 fotografi .....</b>	<b>60</b>
<b>4.6 Copywriting .....</b>	<b>62</b>
<b>4.7 Warna .....</b>	<b>62</b>
<b>4.8 Hasil Perancangan .....</b>	<b>63</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>70</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>70</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>70</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>