

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Metode Penelitian	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.7.2 Metode Analisis.....	6
1.8 Kerangka Penelitian.....	7
1.9 Susunan Penulisan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Promosi	9
2.1.1 Tujuan Promosi	9
2.1.2 Fungsi Promosi.....	10
2.1.3 Bauran Promosi	11
2.1.4 Konsumen.....	12
2.2 Media Promosi.....	13
2.3 Periklanan	15

2.10.1 Fungsi Periklanan	15
2.10.2 Tujuan Periklanan	16
2.10.3 Jenis Iklan	17
2.4 Produk.....	19
2.5 Brand.....	20
2.6 Strategi Media.....	20
2.7 Strategi Kreatif.....	20
2.8 Target Audiens.....	21
2.9 Komunikasi.....	21
2.10 Desain Komunikasi Visual.....	22
2.10.1 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	22
2.10.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual	24
2.11 Bagan Kerangka Teori.....	25
BAB III.....	26
DATA OBJEK PENELITIAN.....	26
3.1 Data Perusahaan.....	26
3.1.1 Profile Mens Republic.....	26
3.1.2 Sejarah Mens Republic.....	26
3.2 Data Produk	28
3.2.1 Harga	28
3.2.2 Varian Tipe.....	28
3.2.3 Kapasitas Produksi	28
3.2.4 Lokasi	28
3.2.5 Omset	28
3.3 Data Khalayak Sasaran	29
3.3.1 Geografis	29
3.3.2 Demografis	29
3.3.3 Psikografis.....	29
3.3.4 AOI.....	30
3.3.5 Positioning.....	30
3.3.6 Targeting	31
3.4 Media Promosi.....	31
3.5 Data Wawancara.....	32

3.5.1 Wawancara Perusahaan.....	32
3.5.2 Wawancara Konsumen.....	34
3.6 Data Pesaing	35
3.6.1 Profile Portee Goods	35
3.6.2 Data Produk Pesaing	35
3.6.3 Media Promosi Pesaing.....	37
3.7 Analisis Data.....	38
3.7.1 Hasil Analisis Wawancara	39
3.7.2 Hasil Analisis SWOT.....	39
3.7.3 Hasil Analisis Observasi	40
3.7.4 Penarikan Kesimpulan Data Hasil Analisis	41
BAB IV	42
KONSEP PERANCANGAN DAN PERANCANGAN	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.2 Konsep Perancangan.....	42
4.3 Strategi Komunikasi	43
4.3.1 Tujuan Komunikasi	43
4.3.2 Pendekatan Komunikasi.....	43
4.3.3 Gaya Persuasi	43
4.4 Big Idea.....	44
4.5 Konsep Kreatif.....	45
4.5.1 Metode dan Timeline AISAS.....	45
4.5.2 Konsep Media	46
4.5.3 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator	46
4.5.4 Strategi Media	48
4.5.5 Solusi Kreatif Metode	49
4.6 Konsep Visual.....	49
4.6.1 Konsep Font	50
4.6.2 Konsep Warna	51
4.6.3 Studi Visual Poster.....	52
4.6.4 Referensi Moodboard.....	52

4.7 Hasil Perancangan	54
4.7.1 Strategi Visual	54
4.8 Proposal Solution Creative	60
BAB V.....	62
PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	64