

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Cara Pengumpulan dan Analisis Data.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	6
1.7 Kerangka Penelitian	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kuliner.....	9
2.2 Promosi	9
2.2.1 Bauran Promosi	10
2.2.2 Fungsi Promosi	11
2.2.3 Tujuan Promosi	12
2.3 Brand Awareness	12
2.3.1 Iklan.....	12
2.4 Periklanan.....	12
2.5 Event.....	13
2.6 Strategi Kreatif.....	14

2.7 Strategi Komunikasi.....	14
2.7.1 Tagline.....	15
2.8 Strategi Media	15
2.8.1 Media Iklan	15
2.8.2 Media Sosial.....	16
2.9 AISAS	17
2.10 Analisis SWOT	17
2.11 AOI.....	17
2.12 Influencer	18
2.13 Desain Komunikasi Visual.....	18
2.14 Unsur-Unsur Desain.....	19
2.14.1 Tipografi.....	19
2.14.2 Copywriting.....	19
2.14.3 Layout.....	20
2.14.4 Warna	20
2.14.5 Prinsip Desain.....	20
2.15 Logo	21
2.16 Maskot.....	21
2.17 Kerangka Teori.....	21
2.18 Asumsi.....	22
BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA.....	23
3.1 Data Perusahaan	23
3.1.1 Profil Perusahaan	23
3.1.2 Sejarah Perusahaan	23
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	24
3.1.4 Data Produk	25
3.1.5 Data Khalayak Sasaran	27
3.2 Data Empirik	29
3.2.1 Data Observasi.....	29
3.2.2 Data Wawancara.....	32
3.2.3 Data Kuesioner	34
3.3 Data Pesaing.....	36
3.3.1 Chingu Café.....	36
3.4 Topoci	38

3.5 Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan	40
3.5.1 Analisis SWOT.....	40
3.6 Analisis Matriks	41
3.6.1 Analisis Matriks Perbandingan.....	41
3.6.2 Analisis Matriks Kesimpulan	43
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	45
4.1 Latar Belakang Masalah dan Solusi	45
4.2 Konsep Pesan	46
4.2.1 Big Idea	49
4.2.2 Biaya event	50
4.2.3 Rundown Acara	51
4.3 Konsep Kreatif	51
4.3.1 Strategi Komunikasi	51
4.3.2 Strategi Visual	54
4.3.3 Strategi Media	54
4.3.4 AISAS.....	55
4.3.5 Timeline media	56
4.4 Konsep Visual	57
4.5 Hasil Perancangan.....	60
4.5.1 Logo Event.....	60
4.5.2 Maskot	61
4.5.3 Media Attention	62
4.5.4 Media Interest	63
4.5.5 Media Search.....	65
4.5.6 Media Action	66
4.5.7 Media Share	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75