

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
LAMPIRAN .....	xii
DAFTAR BAGAN .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	2
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup .....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	4
1.5 Manfaat Perancangan .....	4
1.6 Pengumpulan Data dan Analisis Data .....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.2 Metode Analisis Data .....	6
1.7 Kerangka Perancangan .....	8
1.8 Pembabakan .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Pemasaran .....	11
2.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
2.3 Promosi .....	13
2.4 Periklanan .....	13
2.5 Psikologi Persepsi .....	14
2.6 Perilaku Konsumen .....	15
2.7 Media .....	15

2.7.1	<i>New Media</i> .....	16
2.7.2	Media Sosial.....	16
2.7.3	Situs Web .....	17
2.8	Matriks SWOT .....	17
2.9	AIO.....	18
2.10	AISAS .....	18
2.11	Komunikasi .....	18
2.11.1	<i>Copywriting</i> .....	19
2.11.2	Desain Komunikasi Visual.....	20
2.12	Kerangka Teori.....	25
2.13	Asumsi.....	26
<b>BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>		<b>27</b>
3.1	Data Toko Kopi Banjaran .....	27
3.1.1	Data Produk Toko Kopi Banjaran.....	29
3.1.2	Data Observasi Toko Kopi Banjaran .....	32
3.1.3	Data Wawancara <i>Owner</i> Toko Kopi Banjaran.....	33
3.1.4	Analisis Matriks SWOT Toko Kopi Banjaran .....	34
3.2	Data Khalayak Sasaran Toko Kopi Banjaran.....	36
3.2.1	Wawancara Khalayak Sasaran .....	37
3.2.2	Analisis AIO Khalayak Sasaran .....	39
3.2.3	Data Kuesioner Khalayak Sasaran .....	41
3.3	Data Kompetitor Toko Kopi Banjaran .....	46
3.3.1	Data Kopi Malabar .....	46
3.3.2	Data Produk Kopi Malabar .....	48
3.3.3	Analisis SWOT Kopi Malabar .....	49
3.3.4	Matriks Perbandingan Strategi Promosi.....	50
3.4	Kesimpulan Data .....	51
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>52</b>
4.1	Konsep Perancangan .....	52
4.1.1	Konsep Pesan .....	52
4.1.2	Konsep Komunikasi .....	54
4.1.3	Konsep Kreatif .....	55
4.1.4	Konsep Visual .....	57
4.2	Hasil Perancangan .....	60

4.2.1	<i>Attention</i> .....	60
4.2.2	<i>Interest</i> .....	65
4.2.3	<i>Search</i> .....	71
4.2.4	<i>Action</i> .....	73
4.2.5	<i>Share</i> .....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		80
5.1	Simpulan .....	80
5.2	Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....		82
LAMPIRAN .....		85