

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Penelitian	8
1.7 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	11
2.1 Promosi	11
2.1.1 Pengertian Promosi	11
2.1.2 Tujuan Promosi.....	11
2.1.3 Tahapan Promosi	12
2.1.4 Strategi Promosi.....	14
2.1.5 Metode AISAS.....	15

2.1.6	Analisis SWOT	16
2.1.7	Analisis AOI	17
2.1.8	Media	18
2.1.9	Perilaku Konsumen	19
2.2	Desain Komunikasi Visual	21
2.2.1	Prinsip Desain Komunikasi Visual	24
2.2.2	Unsur Visual	27
2.3	Kerangka Teori	31
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		32
3.1	Data UMKM	32
3.1.1	Profil UMKM BL SKINCARE	32
3.1.2	Data Produk dan Jasa	32
3.1.3	F.A.B (<i>Feature, Advantage, Benefit</i>)	33
3.1.4	USP Produk.....	34
3.1.5	Media Sosial UMKM.....	34
3.1.6	<i>Marketplace</i> UMKM	35
3.1.7	Data Khalayak Sasaran	36
3.1.8	Data Permasalahan.....	37
3.1.9	Data Hasil Observasi.....	38
3.1.10	Data Hasil Wawancara.....	39
3.1.11	Data Hasil Kuisisioner.....	40
3.1.12	Data Kompetitor.....	42
3.2	Analisis	45
3.2.1	Analisis SWOT BL SKINCARE	45
3.2.2	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	46
3.2.3	Kesimpulan Hasil Analisis Data	47
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		49
4.1	Strategi	49
4.1.1	Tujuan	49
4.1.2	Segmentasi dan <i>Targeting</i>	49

4.1.3	Komunikasi	49
4.2	Konsep Pesan	50
4.2.1	<i>Target Audience</i>	50
4.2.2	<i>What to Say</i> dan <i>How to Say</i>	50
4.2.3	<i>Big Idea</i>	51
4.2.4	Strategi Kreatif	51
4.2.5	<i>Timeline</i> Kegiatan	52
4.2.6	Strategi Visual	53
4.2.7	Strategi Media	53
4.3	Referensi Visual	53
4.4	Tipografi	53
4.5	<i>Copywriting</i>	54
4.5.1	<i>Positioning</i>	54
4.5.2	<i>Headline</i>	54
4.5.3	<i>Subheadline</i>	54
4.5.4	<i>Call to Action</i>	54
4.6	Pilihan Warna	55
4.7	Hasil Perancangan	55
4.7.1	Usulan Visual <i>Booth</i>	55
4.7.2	Usulan Visual <i>Banner</i>	56
4.7.3	Usulan Visual Poster	57
4.7.4	Usulan Visual Postingan Instagram	58
	BAB V PENUTUP	59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN	63