

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel.....	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Ruang Lingkup.....	2
1.7.1. Apa.....	2
1.7.2. Siapa.....	2
1.7.3. Kapan.....	2
1.7.4. Dimana.....	3
1.7.5. Bagaimana	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metode Penelitian.....	4
1.7.1. Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.7.2. Metode Analisis Data.....	5
1.8 Kerangka Penelitian	7
1.9 Pembabakan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1. Promosi	9
2.1.1. Pengertian Promosi	9
2.1.2. Tujuan Promosi.....	9
2.1.3. Strategi Promosi.....	10
2.2. Periklanan.....	11
2.3. Media.....	11
2.4. Media Sosial.....	12
2.5. AISAS	12

2.6.	SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats).....	13
2.7.	AIO (Activity, Interest, Opinion).....	13
2.8.	Desain Komunikasi Visual.....	13
3.1.	Desain	14
3.2.	Komunikasi Visual	14
3.3.	Unsur-Unsur Desain	14
BAB III		16
DATA DAN ANALISIS		16
3.1.	Data Perusahaan	16
3.1.1.	Profil Perusahaan	16
	Data Produk	16
3.1.2.	Visi dan Misi.....	18
3.1.3.	Media Promosi.....	18
3.2.	Data Empirik	19
3.2.1.	Data Wawancara	19
3.2.2.	Data Kuisisioner	20
3.3.	Data Khalayak Sasaran.....	25
3.4.	Data Kompetitor.....	27
3.5.	Analisis SWOT	28
3.6	Matriks Penarikan Kesimpulan	29
BAB IV		31
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		31
4.1.	Konsep Perancangan	31
4.4.1.	Konsep Pesan.....	31
4.4.2.	Konsep Kreatif.....	32
4.2.	Konsep Media	34
4.2.1.	Media Promosi.....	34
4.3.	Konsep Visual	36
4.4.	Hasil Perancangan.....	39
4.4.1.	Poster Attention	39
4.4.2.	Social Media	39
4.4.3.	Poster action.....	40
4.4.4	Booth Action.....	41
4.4.4.	Merchandise	41
BAB 5		43
KESIMPULAN DAN SARAN		43
5.1.	Kesimpulan.....	43
5.2.	Saran.....	43