

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Pernyataan Orisinalitas</b> .....	<b>ii</b>
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	<b>iii</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>iv</b>
<i>Abstract</i> .....	<b>v</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Ruang Lingkup .....	4
1.5 Tujuan Perancangan .....	5
1.6 Manfaat Perancangan .....	5
1.7 Pengumpulan Data dan Analisis Data .....	6
1.8 Kerangka Perancangan .....	7
1.9 Pembabakan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1 Komunikasi .....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi .....	11
2.1.3 Kategori Komunikasi.....	11
2.1.4 Fungsi Komunikasi .....	12
2.2 Pemasaran.....	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Promosi.....	15
2.3.1 Pengertian Promosi .....	15
2.3.2 Fungsi Promosi .....	15
2.3.3 Fungsi Promosi .....	16

2.3.4	Bauran Promosi.....	17
2.4	Perilaku Konsumen .....	18
2.4.1	Pengertian Promosi .....	18
2.4.2	Faktor Perilaku Konsumen .....	18
2.4.3	AOI ( <i>Activity, Opinion, Interest</i> ) .....	19
2.5	<i>Advertising</i> .....	20
2.5.1	Pengertian <i>Advetising</i> .....	20
2.5.2	Strategi pada <i>Advetising</i> .....	20
2.6	Strategi Kreatif .....	21
2.7	Media.....	22
2.7.1	Pengertian Media .....	22
2.7.2	Media Digital .....	23
2.7.3	Media Promosi.....	23
2.7.4	Strategi Media AISAS .....	24
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	25
2.8.1	Elemen Desain Komunikasi Visual .....	25
2.8.2	Prinsip Desain Komunikasi Visual .....	29
2.8.3	Tipografi .....	32
2.8.4	<i>Layout</i> .....	33
2.8.5	<i>Copywriting</i> .....	34
2.8.6	Fotografi.....	35
2.8.7	Videografi .....	37
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>		<b>39</b>
3.1	Data Perusahaan .....	39
3.1.1	Profil Logee .....	39
3.1.2	Data Logee.....	40
3.1.3	Data Produk Logee .....	40
3.1.4	Mitra dan Kerja Sama .....	42
3.1.5	Data Target Audiens .....	44
3.1.6	AOI ( <i>Activity, Oppinion, Interest</i> ) .....	45
3.1.7	Data Media Promosi Logee .....	46
3.2	Data Permasalahan .....	48
3.3	Data Hasil Observasi .....	49
3.4	Data Hasil Wawancara .....	50

3.5	Data Kompetitor .....	51
3.5.1	Logisly .....	51
3.5.2	Waresix .....	54
3.6	Data Analisis .....	57
3.6.1	Analisis SWOT .....	57
3.6.2	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	61
3.7	Kesimpulan Hasil Analisis .....	62
<b>BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>64</b>
4.1	Strategi.....	64
4.1.1	Konsep Perancangan.....	64
4.1.2	Strategi Komunikasi .....	65
4.1.3	Strategi Pesan ( <i>What to Say</i> ).....	66
4.1.4	<i>What to Say</i> .....	67
4.1.5	<i>What to Say</i> .....	67
4.1.6	Big Idea.....	68
4.1.7	Strategi Kreatif.....	68
4.1.8	Metode AISAS.....	69
4.2	Konsep Visual .....	70
4.2.1	<i>Layout</i> .....	71
4.2.2	Tipografi .....	72
4.2.3	Palet Warna.....	73
4.3	Konsep Visualisasi Media .....	73
4.3.1	Media Utama.....	73
4.3.2	Media Pendukung .....	74
4.4	Timeline Perancangan Promosi (Model Aisas).....	75
4.5	Hasil Perancangan .....	75
4.5.1	Media Utama (Sosial Media).....	75
4.5.2	Media Pendukung .....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>96</b>
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>101</b>