

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN.....	10
1.1 LATAR BELAKANG	10
1.2 PERMASALAHAN	12
1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH.....	12
1.2.2 RUMUSAN MASALAH.....	12
1.3 RUANG LINGKUP	12
1.4 TUJUAN PENELITIAN	14
1.5 MANFAAT PENELITIAN	14
1.6 METODE PENELITIAN	14
1.6.1 METODE YANG DIGUNAKAN.....	14
1.6.2 METODE PENGUMPULAN DATA	14
1.7 KERANGKA PENELITIAN	16
1.8 PEMBABAKAN.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 BRANDING	17
2.1.1 STRATEGI BRANDING.....	17
2.2 ADVERTISING.....	18
2.2.1 FUNGSI PERIKLANAN	18
2.3.COPYWRITINGI	19
2.3.1 TUJUAN COPYWRITING.....	19
2.3.2 UNSUR COPYWRITING.....	20
2.4 MEDIA	22
2.5 TEORI DESAIN	23
2.5.1 VISUAL.....	23
2.5.2 WARNA TEORI DESAIN	24

2.5.3 LAYOUT.....	24
BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA	26
3.1 DATA PRODUK.....	26
3.2 TARGET AUDIENS	28
3.2.1 KUESIONER.....	29
3.2.2 SEGMENTASI PASAR	29
3.2.3 WAWANCARA KONSUMEN	33
3.3 KOMPETITOR	34
3.3.1 DATA KOMPETITOR	34
3.3.2 ANALISIS SWOT	36
3.3.3 MATRIKS PERBANDINGAN BRANDING.....	37
BAB IV URAIAN DAN ANALISIS DATA	41
4.1 STRATEGI PESAN	41
4.1.1 KONSEP	41
4.1.1.1 TUJUAN KOMUNIKASI.....	41
4.1.1.2 GAYA BAHASA	41
4.1.2 HASIL PESAN	42
4.2 VISUAL MEDIA	42
4.2.1 KONSEP.....	42
4.3 HASIL PERANCANGAN	52
BAB V KESIMPULAN	61
DAFTAR PUSTAKA.....	66