

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR BAGAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
<i>BAB 1 PENDAHULUAN</i>	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Metode Pengumpulan Data	5
1.8 Metode Analisis.....	8
1.9 Kerangka Penelitian.....	10
1.10 Pembabakan	11
<i>BAB 2 LANDASAN TEORI</i>	14
2.1. Teori Promosi.....	14
2.2. Teori Komunikasi.....	15
2.3. Teori Media.....	17
2.4. Teori Kesadaran Merek	18
2.5. Teori Segmentasi Pasar.....	18
2.7. Teori Desain Komunikasi Visual	20
2.8. Kerangka Teori.....	23
2.1. Asumsi yang Terbentuk.....	25

2.2. Data yang Harus Didapatkan	25
BAB 3 URAIAN DATA DALAM MASALAH	26
3.1 Data Perusahaan.....	26
3.2 Data Produk	27
3.3 Data Hasil Wawancara	28
3.3.1. Hasil Analisis Wawancara	30
3.3.2. Data Segmentasi Pasar.....	30
3.4 Data Hasil Observasi.....	31
3.4.3. Hasil Analisis Observasi.....	35
3.4.4. Data Kompetitor	38
3.5 Data Hasil Kuesioner	47
BAB 4 PERANCANGAN PROMOSI	50
4.1 Konsep Perancangan.....	50
BAB 5 KESIMPULAN.....	63
BUKU.....	64
JURNAL.....	64
WEBSITE.....	65