

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan</b> .....	<b>3</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
<b>1.3 Ruang Lingkup</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.5 Cara Pengumpulan Data &amp; Analisis</b> .....	<b>4</b>
<b>1.5.1 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>4</b>
<b>1.5.2 Metode Analisis Data</b> .....	<b>5</b>
<b>1.6 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.7 Pembabakan</b> .....	<b>9</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Promosi</b> .....	<b>10</b>

2.1.1 Tujuan Promosi .....	10
2.1.2 Fungsi Promosi .....	11
2.1.3 Media Promosi .....	12
2.1.4 Strategi Promosi .....	13
2.1.5 Bauran Promosi .....	13
<b>2.2 Periklanan</b> .....	<b>14</b>
2.2.1 Tujuan Periklanan .....	15
<b>2.3 Perilaku Konsumen</b> .....	<b>16</b>
<b>2.4 AOI (Activity, Opinion, Interest)</b> .....	<b>16</b>
<b>2.5 Strategi Media AISAS</b> .....	<b>17</b>
<b>2.6 Desain Komunikasi Visual</b> .....	<b>18</b>
2.6.1 Warna .....	18
2.6.2 Tipografi .....	19
2.6.3 Ilustrasi .....	19
2.6.4 Layout .....	20
2.6.5 Garis .....	20
<b>2.7 Identitas Budaya</b> .....	<b>20</b>
2.7.1 Identitas Budaya Suku Sasak Lombok .....	20
<b>2.8 Kerangka Teori</b> .....	<b>22</b>
2.8.1 Asumsi .....	22
<b>BAB III</b> .....	<b>23</b>
<b>URAIAN DAN ANALISIS DATA</b> .....	<b>23</b>
<b>3.1 Data Perusahaan</b> .....	<b>23</b>
3.1.1 Profile Perusahaan .....	23
3.1.2 Data Produk .....	25
3.1.3 Data Platform Media Sosial .....	26

<b>3.2 Data Target Audiens</b> .....	29
3.2.1 Data Khalayak Sasar .....	29
3.2.2 Data Hasil Observasi .....	32
3.2.3 Data Hasil Wawancara Tokoh Adat .....	35
3.2.4 Data Hasil Kuesioner .....	36
<b>3.3 Data Kompetitor</b> .....	45
3.3.1 Uraian Data .....	45
<b>3.4 Analisis Data</b> .....	50
3.4.1 Analisis SWOT .....	50
3.4.2 Analisis Matrix Perbandingan .....	51
<b>3.5 Kesimpulan</b> .....	52
<b>BAB IV</b> .....	<b>53</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b> .....	<b>53</b>
<b>4.1 Strategi</b> .....	53
4.1.1 Konsep Perancangan .....	53
4.1.2 Strategi Pesan .....	53
4.1.3 Strategi Kreatif .....	55
4.1.4 Konsep Visual .....	58
<b>4.2 Hasil Perancangan</b> .....	60
4.2.1 Desain Kemasan .....	60
4.2.2 Desain Super Grafis (Elemen Desain) .....	62
4.2.3 <i>Attention</i> .....	63
4.2.4 <i>Interest</i> .....	65
4.2.5 <i>Search</i> .....	66
4.2.6 <i>Action</i> .....	67
4.2.7 <i>Share</i> .....	70

<b>BAB V.....</b>	<b>71</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>71</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>71</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>