

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL	10
Abstrak.....	11
Abstract.....	12
BAB I.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Permasalahan	16
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	16
1.2.2 Rumusan Masalah.....	16
1.2.3 Ruang Lingkup.....	17
1.3 Tujuan Perancangan.....	19
1.4 Manfaat Perancangan.....	20
1.5 Metode Penelitian	21
1.6 Metode Pengumpulan data dan Analisis Data.....	22
1.6.1 Pengumpulan Data:	22
1.6.2 Analisis Data:	24
1.7 Kerangka Penelitian.....	27
1.8 Pembabakan	28
BAB II.....	30
2.1 Brand.....	30
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	30
2.1.2 <i>Brand Experience</i>	31
2.2 Promosi	32
2.2.1 Pengertian Promosi	32
2.2.2 Jenis Jenis Promosi	33
2.2.3 Tujuan Promosi	34

2.2.4	Bauran Promosi.....	35
2.3	Periklanan	35
2.3.1	Pengertian Periklanan	35
2.3.2	Efektifitas Iklan.....	36
2.3.3	Strategi Kreatif Periklanan.....	36
2.4	Perilaku Konsumen (<i>Human Behavior</i>).....	37
2.4.1	Pengertian	37
2.4.2	Faktor yang mempengaruhi	38
2.4.3	Target Audience	39
2.5	Media	39
2.5.1	Media Sosial.....	39
2.5.2	Integrated Media	40
2.5.3	Klasifikasi Media.....	40
2.6	Copywriting	40
2.6.1	Consumer Insight	41
2.7	Tipograpy	41
2.7.1	Pengertian	41
2.7.2	Klasifikasi	42
2.7.3	Pedoman Penggunaan Huruf.....	43
2.8	Visual	44
2.9	Desain Komunikasi Visual.....	44
2.9.1	Unsur – Unsur Desain Komunikasi Visual	45
2.9.2	Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	49
2.10	SWOT	50
2.11	AOI	51
2.12	AISAS	52
2.13	Kerangka Teori.....	53
BAB III	54
3.1	Data Profil.....	54
3.1.1	Sejarah Perusahaan	54
3.1.2	Profil Perusahaan	56

3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	56
3.2	Data Produk	57
3.2.1	Daftar Harga.....	58
3.2.2	Feature, Advantage, Benefit (FAB).....	59
3.2.3	Unique Selling Point	61
3.3	Social Media	62
3.3.1	Instagram.....	62
3.3.2	Facebook	63
3.3.3	Twitter	63
3.3.4	Tiktok	64
3.3.5	Youtube	65
3.3.6	Website.....	66
3.4	Data Khalayak Sasaran	66
3.4.1	Demografis.....	66
3.4.2	Psikografis.....	66
3.4.3	Geografis.....	67
3.5	Analisis AOI.....	67
3.5.1	Data diri	67
3.5.2	Activity	68
3.5.3	Opinion	68
3.5.4	Interest.....	69
3.6	Data Empirik.....	69
3.6.1	Data Observasi	69
3.6.2	Data Kuesioner.....	70
3.6.3	Data Wawancara.....	76
3.7	Analisis Data Kompetitor.....	80
3.7.1	Analisis Matriks SWOT	82
3.7.2	Analisis Matiks Perbandingan Media	83
3.7.3	Analisis AISAS	84
3.8	Kesimpulan	86
BAB IV	88

4.1	Konsep Perancangan	88
4.1.1	Tujuan Komunikasi	89
4.1.2	Pendekatan Komunikasi	89
4.2	Konsep Pesan	90
4.3	Big Idea	91
4.4	Konsep Kreatif	92
4.4.1	Metode AISAS	92
4.4.2	Timeline AISAS	95
4.5	Konsep Visual	96
4.5.1	Visual Khalayak Sasaran	96
4.5.2	Referensi Visual	97
4.5.3	Tipografi	99
4.5.4	Warna	100
4.6	Rencana Anggaran Biaya	101
4.7	Konsep Media	102
4.8	Hasil Perancangan	108
BAB V	120
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran dan Rekomendasi	120