

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Pengumpulan dan Analisis Data	5
1.5.1 Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Tujuan Promosi.....	9
2.1.2 Fungsi Promosi.....	10
2.1.3 Bauran Promosi	10
2.1.4 Strategi Promosi	12
2.1.5 Media Promosi.....	12
2.1.6 Event.....	14
2.1.7 Event Experience.....	16
2.2 Visualisasi Promosi	16
2.2.1 Out Of Home	16

2.2.2 Digital Media.....	17
2.2.3 Mass Media	17
2.2.4 Guerilla Marketing	17
2.2.5 Prints Ads.....	17
2.2.6 Merchandise Ads	17
2.2.7 Tipografi	18
2.2.8 Symbolisme	18
2.2.9 Ilustrasi	18
2.2.10 Fotografi	19
2.3 Desain Komunikasi Visual	19
2.3.1 Unsur – Unsur Desain Komunikasi Visual.....	19
2.4 Kerangka Berpikir	21
BAB III.....	22
DATA DAN ANALISIS.....	22
3.1 Data Produk.....	22
3.1.1 Data Perusahaan	22
3.1.2 L-men Proteinmix Kopi Sachet	23
3.1.3 FAB.....	24
3.1.4 Media Sosial L-men	24
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	29
3.2.1 Segmenting	29
3.2.2 Targeting	30
3.2.3 Positioning.....	30
3.2.4 Consumer Journey	30
3.2.5 AOI	32
3.3 Data Permasalahan	32
3.4 Data Empirik	33
3.4.1 Wawancara.....	33
3.4.2 Data Kuesioner	34
3.5 Data Kompetitor	39
3.5.1 Scitec Nutrition	39
3.5.2 Myprotein Coffee Boost	41
3.6 Analisis SWOT	42

3.7 Analisis Matriks Pembandingan.....	44
3.8 Analisis Event.....	47
3.9 Kesimpulan Hasil Analisis	47
BAB IV	48
KONSEP, STRATEGI, DAN HASIL PERANCANGAN	48
4.1 Konsep Perancangan	48
4.2 Strategi Komunikasi	50
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	50
4.2.2 Pendekatan Komunikasi	50
4.2.3 Gaya Bahasa	50
4.3 Strategi Pesan	50
4.3.1 Big Idea.....	51
4.3.2 Metode AISAS.....	52
4.3.3 Timeline AISAS.....	54
4.4 Konsep Visual	54
4.4.1 Visual Khalayak Sasar dan Indikator.....	55
4.4.2 Aset Visual	55
4.4.3 Referensi Visual.....	56
4.4.4 Tipografi.....	56
4.4.5 Warna	57
4.5 Konsep Media	57
4.6 Konsep Bisnis dan Marketing Communication	59
4.7 Hasil Perancangan	60
A. Attention	60
1. Guerilla Marketing	60
2. Billboard.....	61
3. Digital Ads.....	62
B. Interest	63
1. Poster	63
2. Digital Ads.....	64
C. Search.....	65
1. Halaman Website.....	65
2. Feeds Instagram.....	65

D. Action.....	66
1. Event Olahraga	66
2. Poster	67
3. X - Banner	68
4. Signage	68
5. Tiket.....	69
D. Share	69
1. Merchandise	69
2. Instagram Frame	70
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Hasil Saran	71
Daftar Pustaka	72