

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.7 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	8
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.7.2 Metode Analisis Data.....	9
1.8 Pembabakan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Promosi .....	12
2.1.1 Pengertian Promosi .....	12
2.1.2 Iklan.....	12
2.1.3 Jenis-jenis Iklan.....	13
2.1.4 Fungsi Iklan.....	13

2.1.5 Iklan Televisi.....	13
2.1.6 Brand Awareness .....	16
2.2 Strategi Kreatif.....	19
2.2.1 Strategi Pesan.....	19
2.2.2 Strategi Visual.....	20
2.2.3 Strategi Media .....	21
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	22
2.3.1 Titik.....	22
2.3.2 Ruang .....	23
2.3.3 Warna.....	23
2.3.4 Tipografi.....	23
2.4 Target Pasar.....	23
2.4.1 Perilaku Konsumen .....	24
2.4.2 AOI.....	24
2.5 AISAS .....	24
2.6 Kerangka Teori.....	26
2.7 Asumsi.....	26
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>28</b>
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	28
3.1.1 Profil Perusahaan .....	28
3.1.2 Data Produk (Brodo Inizio).....	29
3.1.3 Media Sosial Perusahaan.....	31
3.1.4 Data Khalayak Sasar .....	34
3.2 Data Observasi .....	35
3.2.1 Observasi Media Iklan .....	35
3.3 Data Wawancara .....	39
3.3.1 Wawancara Internal Brodo .....	39
3.4 Data Kuesioner.....	41
3.5 Data Kompetitor.....	46

3.5.1 Kompetitor 1 (910 Haze Vision).....	46
3.5.2 Kompetitor 2 (Ortuseight Hyperfuse 1.4) .....	48
3.6 AOI Potential Customer .....	50
3.6.1 Target Customer Brodo Inizio .....	51
3.6.2 Analisis FAB, USP, & Positioning .....	54
3.6.3 Analisis Matriks .....	57
3.6.4 Analisis SWOT .....	58
3.7 Kesimpulan Hasil Analisis .....	60
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	62
4.1.1 Big Idea .....	62
4.1.2 Strategi Pesan .....	62
4.1.3 Strategi Visual .....	64
4.1.4 Strategi Media .....	67
4.1.5 Model AISAS .....	68
4.1.6 Timeline AISAS .....	69
4.2 Proses Perancangan .....	70
4.2.1 Pra Produksi .....	70
4.2.2 Produksi .....	78
4.2.3 Paska Produksi .....	80
4.3 Hasil Perancangan .....	82
4.3.1 Hasil Perancangan Media Utama .....	82
4.3.2 Hasil Perancangan Media Pendukung .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran .....	101
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>