

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.7 Metode Pengumpulan Data	7
1.8 Metode Penelitian dan Analisis Data.....	8

1.9 Kerangka Penelitian.....	10
1.10 Pembabakan	11
BAB II	13
2.1 Promosi.....	13
2.1.1 Pengertian	13
2.1.2 Tujuan	14
2.1.3 Bauran Promosi.....	15
2.2 Advertising.....	16
2.3 Perilaku Konsumen.....	17
2.3.1 Pengertian	17
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi	17
2.3.3 Target Audiens	18
2.3.4 Consumer Journey	18
2.4 Brand Awareness	18
2.5 Media	20
2.5.1 Kualifikasi Media	21
2.5.2 Jenis-Jenis Media	22
2.5.3 Video Digital	23
2.5.4 Media Sosial.....	23
2.5.5 Media Audio	24
2.6 Copywriting	24
2.7 Desain Komunikasi Visual	26
2.7.1 Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual	26

2.7.2 Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual	27
2.7.3 Warna.....	29
2.7.4 Tipografi.....	30
2.7.5 Layout.....	32
2.8 KERANGKA TEORI	33
BAB III.....	35
3.1 Data Perusahaan dan Produk	35
3.1.1 Data Perusahaan	35
3.1.2 Data Produk 8Hr Oil Control Pearl-Fect Cover Skintint	36
3.1.3 FAB (Features, Advantages, Benefits)	38
3.1.4 Media Sosial Mad for Makeup.....	39
3.2 Data Khalayak Sasaran	44
3.2.1 Demografis	45
3.2.2 Psikografis.....	45
3.2.3 Geografis	45
3.2.4 Consumer Journey	46
3.2.5 AOI (Activity, Opinion, Interest).....	48
3.3 Data Permasalahan	49
3.4 Data Empirik	50
3.4.1 Data Wawancara.....	50
3.4.2 Data Kuisisioner.....	52
3.5 Data Kompetitor.....	55
3.5.1 Rosé All Day.....	55

3.5.2 Somethinc.....	56
3.6 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).....	58
3.6 Analisis Matriks Perbandingan	61
3.7 Kesimpulan Hasil Analisis Data	65
BAB IV	68
4.1 Strategi	68
4.1.1 Strategi Perancangan.....	68
4.1.2 Strategi Pesan	70
4.1.3 Strategi Kreatif.....	71
4.1.4 Strategi Visual	81
4.1.5 Strategi Media	82
4.2 Konsep Visual.....	84
4.2.1 Layout.....	84
4.2.2 Tipografi.....	85
4.2.3 Palet Warna	87
4.3 Hasil perancangan.....	88
4.3.1 Attention.....	88
4.3.2 Interest	92
4.3.3 Search	103
4.3.4 Action	111
4.3.5 Share.....	120
BAB 5.....	123

5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	129