

DAFTAR ISI

PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PRODUK LIMUN LINGGARDJATI “ SEGARNYA DARI MASA LALU” UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI PASURUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I 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 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.1 Studi Literatur	5
1.5.2 Observasi	5
1.5.3 Wawancara.....	6
1.5.4 Kuisisioner.....	6
1.6 Metode Analisis.....	6
1.6.1 Analisis Matrix Perbandingan	7
1.6.2 Analisis SWOT	7
1.6.3 Analisis AOI	7
1.6.4 Analisis AISAS.....	8
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan.....	10

BAB II DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Teori Iklan	11
2.1.1 Definisi Iklan	11
2.1.2 Jenis Iklan	11
2.1.3 Tahapan Iklan	12
2.1.4 Fungsi Iklan	12
2.1.5 Manfaat Iklan	13
2.1.6 Strategi Periklanan	14
2.1.7 Bentuk – bentuk Iklan	14
2.1.8 Unsur Iklan	15
2.1.9 Media Iklan	15
2.2 Teori Kampanye	15
2.2.1 Definisi Kampanye	15
2.2.2 Jenis Kampanye	16
2.2.3 Tahapan Kampanye	17
2.2.4 Fungsi Kampanye	18
2.2.5 Manfaat Kampanye	18
2.2.6 Strategi Kampanye	19
2.2.7 Bentuk – bentuk Kampanye	20
2.2.8 Media Kampanye	20
2.3 Visualisasi Perancangan	21
2.3.1 Youtube Ads	21
2.3.2 <i>Event</i>	23
2.3.3 Billboard	26
2.3.4 <i>Transit Advertising</i>	29
2.3.5 Instagram	31
2.3.6 <i>Facebook</i>	34
2.3.7 <i>Website</i>	36
2.3.8 Google Ads	39
2.3.9 Poster	40
2.3.10 Brosur	41
2.3.11 Spanduk	42

2.3.12 X - Banner.....	43
2.3.13 Shelf Talker	44
2.3.14 Street Furniture.....	45
2.3.15 Radio Spot.....	46
2.3.16 Merchandise	48
2.3.17 Showcase.....	49
2.3.18 Packing	50
2.3.19 Bundel Pack	51
2.4 Kerangka Teori.....	52
BAB III DATA DAN ANALISA DATA	53
3.1 Sumber Data	53
3.2 Metode Pengumpulan data	54
3.2.1 Observasi	54
3.2.2 Wawancara.....	54
3.2.3 Kuisisioner.....	54
3.2.4 Dokumentasi	55
3.3 Instrumen Pengumpulan Data	55
3.3.1 Lembar Observasi	55
3.3.2 Wawancara.....	56
3.3.3 Kuisisioner.....	56
3.3.4 Dokumentasi	56
3.4 Hasil Data	57
3.4.1 Hasil Data Observasi	57
3.4.2 Hasil Data Wawancara.....	57
3.4.3 Hasil Data Kuesioner	60
3.5 Analisis Data	66
3.5.1 Analisis data Perusahaan	66
3.5.2 Analisis Data Khalayak Sasaran	69
3.5.3 Analisis Data Wawancara.....	71
3.5.4 Analisis Data Kuisisioner	71
3.5.5 Analisis data Observasi.....	72
3.5.6 Analisis Data Kompetitor	73

3.5.7 Analisis SWOT	74
3.5.8 Analisis AISAS	75
3.5.9 Analisis Matrix Perbandingan	75
3.6 Kesimpulan Hasil Analisis	76
BAB IV HASIL PERANCANGAN	77
4.1 Konsep Perancangan Kampanye Iklan Produk Limun Linggardjati di Pasuruan	77
4.1.1 Konsep Tujuan Kampanye Iklan	77
4.1.2 Konsep Idenfikasi Target Audience	77
4.1.3 Konsep Pesan Kampanye Iklan	77
4.1.4 Konsep Kreatif Kampanye Iklan	79
4.1.5 Konsep Media Kampanye Iklan	81
4.1.6 Konsep Visual Kampanye Iklan	83
4.1.7 Konsep Bisnis Kampanye Iklan.....	87
4.1.8 Konsep Time Line Kampanye Iklan.....	88
4.1.9 Konsep Evaluasi Kampanye Iklan.....	88
4.2 Hasil Perancangan	89
4.2.1 Sketsa Perancangan.....	89
4.2.2 Hasil Perancangan.....	96
BAB V PENUTUP.....	119
5.1.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	120