

DAFTAR ISI

BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Metode Pengumpulan Data	5
1.7 Metode Analisis Data	6
1.7 Kerangka Penelitian.....	9
1.8 Pembabakan.....	10
BAB II.....	11
2.1 Identitas	11
2.2 Corporate Identity.....	11
2.2.1 Logo.....	12
2.2.2 Warna.....	12
2.2.3 Tipografi	13
2.2.4 Ilustrasi/Fotografi.....	13
2.2.5 Layout	13
2.4 Pemasaran.....	14
2.4.1 Bauran Pemasaran.....	14
2.5 Teori Promosi	17
2.6 Bauran promosi	18
2.7 Teori Periklanan	19
2.8 Teori Perilaku Konsumen.....	20
2.9 Media Visual	21
2.10 Teori AISAS	24
BAB III.....	26
3.1 Data Pemberi Proyek.....	26
3.1.1 Profil Perusahaan Bisnis Properti Cemara Hijau.....	26
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Bisnis Properti Cemara Hijau	27
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	28
3.1.4 Produk dan Jasa	28
3.1.5 Program Promosi Terdahulu.....	29
3.1.6 Data Khalayak Sasaran	30

3.1.7 Data Pesaing	31
3.1.8 Data Hasil Wawancara.....	39
3.1.9 Matriks Perbandingan	41
3.2 Analisis Data	42
3.2.1 Analisis Hasil Wawancara	42
3.2.2 Analisis Matriks Perbandingan Periklanan Pada Bauran Promosi	43
3.2.4 Analisis Matrix Perbandingan Promosi Penjualan Pada Bauran Promosi	50
3.2.5 Analisis Matrix Perbandingan Publisitas Pada Bauran Promosi	51
3.2.6 Analisis Matrix Perbandingan Pemasaran Langsung Pada Bauran Promosi	52
3.2.7 Analisis Matriks Marketing Mix 7p.....	53
3.2.8 Analisis SWOT	55
3.3 Strategi.....	56
3.4 Kesimpulan Hasil Analisis	57
BAB IV	59
4.1 Konsep Pesan.....	59
4.2 Konsep Kreatif.....	61
4.3 Konsep Visual	62
LAMPIRAN	84