

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang lingkup.....	3
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.7 Metode Analisis Data.....	5
1.8 Kerangka Penelitian.....	6
1.9 Pembabakan.....	7
BAB II	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.3 Inbound Marketing	13
2.4 Media	15
2.5 DKV.....	16
BAB III.....	24
3.1 Data Pemberi Proyek	24
3.1.1 Profil Perusahaan AW (Arnis Wigati)	24
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan AW (Arnis Wigati).....	25
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	26
3.1.5 Produk AW	26
3.1.6 Program Promosi Terdahulu	29
3.1.7 Data Khalayak Sasaran	31
3.1.8 Data Pesaing.....	32
3.1.9 Data Hasil Wawancara.....	37
3.2 Analisis Data.....	39
3.2.1 Analisis Data Hasil Wawancara.....	39
3.2.2 Analisis Matriks Perbandingan Media Promosi	40

3.2.3 Analisis Matriks Marketing Mix 4P	45
3.2.4 Analisis SWOT	46
3.2.5 Analisis SWOT Matriks	47
3.3 Strategi	49
3.4 Kesimpulan Hasil Analisis	50
BAB IV	52
4.1 Konsep Pesan	52
4.2 Konsep Kreatif	52
4.3 Konsep Visual	54
4.4 Konsep Media	61
4.4.1 Pemilihan Media	61
4.4.2 Pemilihan Media Berdasarkan Konsep AISAS	62
4.4.3 Penjadwalan Media	63
4.4.4 Budgeting Media	64
4.5 Hasil Perancangan	65
4.5.1 Blog	65
4.5.2 Facebook Ads	68
4.5.3 Instagram Ads	69
4.5.4 Twitter Ads	70
4.5.5 Google Ads	71
BAB V	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Rekomendasi	73
LAMPIRAN	74