

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Manfaat Perancangan	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.6.1 Metode yang Digunakan	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	7
1.6.3 Metode Analisis	8
1.7 Kerangka Perancangan	9
1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II : LANDASAN TEORI	11

2.1 Promosi.....	11
2.1.1 Bentuk Promosi.....	11
2.1.2 Tujuan Promosi.....	12
2.2 Iklan.....	12
2.2.1 Tujuan Iklan.....	13
2.2.2 Strategi Kreatif.....	13
2.2.3 Produk.....	14
2.2.4 <i>Brand</i>	15
2.2.5 Segmentasi.....	15
2.2.5.1 Segmentasi Demografis.....	15
2.2.5.2 Segmentasi Psikografis.....	16
2.2.5.3 Segmentasi Perilaku.....	17
2.2.5.4 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.5.5 Pengambilan Keputusan.....	18
2.3 Strategi Komunikasi.....	20
2.4 Media.....	21
2.4.1 Jenis – Jenis Media.....	21
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	23
2.5.1 Unsur – unsur desain komunikasi visual.....	25
2.5.2 Sifat Warna.....	28
2.5.3. <i>Layout</i>	30
2.5.4 Tipografi.....	31
2.5.5 Logo.....	33
2.6 Analisis SWOT.....	33

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	35
3.1 Data KPBS.....	35
3.1.1 Visi dan Misi.....	35
3.1.2 Lokasi.....	36
3.1.3 Data Produk.....	37
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	39
3.2.1 Demografis.....	40
3.2.2 Geografis.....	40
3.2.3 Psikografis.....	41
3.2.4 <i>Moodboard</i>	42
3.2.5 Perilaku Konsumen.....	44
3.2.6 Data Observasi dan Wawancara.....	44
3.2.6.1 Data Observasi.....	44
3.2.6.2 Data Wawancara Distributor.....	47
3.2.6.3 Data Wawancara Dokter.....	48
3.3 Data Proyek Sejenis.....	48
3.3.1 Skema Kompetitor.....	52
3.4 Analisis SWOT.....	54
3.4.1 Matriks SWOT.....	59
BAB IV : KONSEP DAN PERANCANGAN.....	64
4.1 Konsep Perancangan.....	64
4.2 Strategi Komunikasi.....	64
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	64
4.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	64

4.2.3 Gaya Persuasi.....	64
4.2.4 Strategi Komunikasi (Ide Besar).....	65
4.3 Strategi Kreatif.....	66
4.3.1 Strategi AISAS.....	66
4.3.2 Timeline.....	67
4.4 Creative Brief.....	68
4.4.1 Konsep Kreatif.....	69
4.5 Strategi Media.....	70
4.5.1 Analisa 5W+1H.....	70
4.5.2 Perencanaan Media.....	71
4.6 Strategi Visual.....	72
4.6.1 Konsep Jenis Huruf.....	72
4.6.2 Konsep Warna.....	74
4.6.3 Konsep Gaya Visual.....	74
4.6.4 Moodboard.....	75
4.7 Bentuk Visual.....	75
4.8 Spesifikasi Media.....	77
BAB V : PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	88