

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.4.1 Tujuan Umum.....	4
1.4.2 Tujuan Khusus	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1 Bagi Akademis	4
1.5.2 Bagi Penulis	5
1.6 Metode Penelitian.....	5

1.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2	Metode Analisis Data	6
1.6.3	Metode Analisis Target Audiens.....	6
1.7	Kerangka Perancangan	8
1.8	Pembabakan	9
 BAB II DASAR PEMIKIRAN		
2.1	Pengertian Promosi	10
2.1.1	Tujuan Promosi.....	11
2.1.2	Sifat Promosi.....	11
2.1.3	Bauran Promosi	11
2.2	Pengertian Strategi Promosi.....	12
2.2.1	Tujuan Strategi Promosi.....	14
2.3	Brand.....	13
2.3.1	Pengertian Brand	13
2.3.2	Fungsi Brand.....	14
2.3.3	Tingkatan Bran Awareness.....	14
2.3.4	Tingkatan Brand Loyalty.....	15
2.4	Strategi Kreatif.....	16
2.5	Pesan.....	16
2.6	Perilaku Konsumen.....	16
2.6.1	Proses Pengambilan Keputusan.....	16
2.6.2	Faktor Keputusan.....	17
2.6.3	PengertianAOI.....	18
2.7	Media.....	18
2.7.1	Bauran Media.....	19

2.7.3	Tujuan Media.....	19
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.2	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	24
2.9	<i>Copywriting</i>	25
2.9.1	Pengertian Copywriting.....	25
2.9.2	Unsur Copywriting.....	26
2.9.3	Tujuan Copywriting.....	26
2.9.4	Komponen Copywriting.....	26

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Profil Institusi	28
3.1.1	Sejarah Samsung Galaxy J8.....	28
3.1.2	Data Produk.....	29
3.1.3	Fitur Samsung Galaxy J8	31
3.1.4	Analisis SWOT.....	33
3.1.5	Data Penjualan.....	34
3.1.6	Data Awareness	35
3.1.7	Kompetitor	36
3.2	Target Audiens	37
3.2.1	Demografi.....	37
3.2.2	Psikologi.....	37
3.2.3	Analisis AOI.....	38
3.4	<i>Benefit</i>	38
3.5	<i>Insight</i>	39
3.6	Rekomendasi Visual.....	39

3.7	MoodBoard	39
-----	-----------------	----

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1	Konsep Perancangan.....	40
4.1.1	Strategi Promosi.....	40
4.1.2	Strategi Komunikasi.....	41
4.1.3	Strategi Kreatif.....	42
4.1.4	Strategi Media.....	45
4.2	Perancangan Promosi Samsung Galaxy J8.....	46
4.2.1	Konsep Visual.....	46
4.2.2	Rancangan Logo.....	49
4.2.3	Rancangan Poster.....	50
4.2.4	Rancangan Flyer.....	51
4.2.5	Rancangan Konten Sosial Media.....	52
4.2.6	Rancangan Minisite.....	53
4.2.7	Rancangan Billboard.....	54
4.2.8	Rancangan Maket Ambient Media.....	54
4.2.9	Rancangan Maket Event.....	55
4.2.10	Rancangan Merchandise.....	57
4.2.11	Rancangan Twibbon.....	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	60
	DAFTAR PUSTAKA.....	61
	LAMPIRAN.....	62

Gambar 4.8	Rancangan Flyer.....	51
Gambar 4.9	Rancangan Konten Sosial Media.....	52
Gambar 4.10	Rancangan Minisite.....	53
Gambar 4.11	Rancangan Billboard.....	54
Gambar 4.12	Rancangan Maket Ambient Media.....	55
Gambar 4.13	Rancangan Maket Event.....	56
Gambar 4.14	Rancangan Merchandise.....	57
Gambar 4.15	Rancangan Twibbon.....	58

