

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Ruang Lingkup.....	5
1.7 Metodologi Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7.2 Metode Analisis.....	7
1.8 Kerangka Berpikir.....	8
1.9 Pembabakan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Promosi.....	10
2.1.1 Bauran Promosi.....	10
2.1.2 Fungsi Promosi.....	11
2.1.3 Tujuan Promosi.....	11
2.2 Teori Periklanan (<i>Advertising</i>).....	12
2.3 Teori Segmentasi Pasar.....	12
2.4 Teori Segmentasi yang Efektif.....	13

2.5 Teori Pemilihan Pasar.....	14
2.5.1 Target Pemasaran.....	14
2.6 Teori Target Audiens.....	15
2.6.1 AOL.....	15
2.7 Teori Strategi.....	16
2.7.1 Teori Strategi Kreatif.....	16
2.8 Teori Media.....	17
2.9 AISAS.....	18
2.10 Analisis SWOT.....	18
2.11 Teori Desain Komunikasi Visual.....	19
2.11.1 Prinsip-prinsip Desain.....	21
2.12 Tipografi.....	22
2.13 Copywriting.....	24
2.14 UMKM.....	24
2.15 Teori E-Commerce.....	24
2.15.1 Jenis-jenis E-Commerce.....	25
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Data Institusi.....	26
3.1.1 Profil Perusahaan.....	26
3.1.2 Profil Produk.....	27
3.1.3 Jenis Produk.....	28
3.2 Permasalahan.....	32
3.2.1 Data Penjualan.....	34
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	35
3.3.1 Khalayak Sasaran.....	35
3.3.2 AOL.....	35
3.4 Data Sejenis.....	37
3.4.1 Profil Produk Lion Air.....	37
3.4.2 Jenis Produk Kompetitor.....	38
3.4.3 Analisis Produk.....	40
3.4.4 SWOT.....	41
3.4.5 Analisis Matriks.....	42

3.4.6 Analisis AISAS.....	46
3.4.7 <i>What to Say</i>	47
3.4.8 <i>How to Say</i>	47
3.5 Data Empirik.....	48
3.5.1 Data Hasil Observasi.....	48
3.5.2 Data Hasil Wawancara.....	49
BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN	
4.1 Konsep Perancangan.....	51
4.2 Konsep Komunikasi.....	51
4.3 Strategi Kreatif.....	52
4.4 Strategi Media.....	53
4.4.1 <i>Timeline</i> Perancangan.....	54
4.5 Strategi Visual.....	54
4.5.1 Konsep Visual.....	54
4.5.2 Gaya Visual.....	55
4.5.3 <i>Layout</i>	55
4.5.4 Warna dan <i>Font</i>	56
4.6 Hasil Perancangan.....	57
4.6.1 <i>Print Ads</i>	57
4.6.2 <i>Brochure</i>	58
4.6.3 <i>Flyer</i>	59
4.6.4 <i>X-Banner</i>	59
4.6.5 <i>Booth</i>	60
4.6.6 <i>Motion Graphic</i>	62
4.6.7 TVC.....	62
4.6.8 <i>Merchandise</i>	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66