

DAFTAR ISI

PERANCANGAN PROMOSI FOOTSTEP FOOTWEAR *BRAND* LOKAL BANDUNG

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metodologi Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan.....	9
1.8.1 BAB I PENDAHULUAN	9
1.8.2 BAB II LANDASAN TEORI.....	9
1.8.3 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	9
1.8.4 BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	9
1.8.5 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	9
BAB II	
2.1 Promosi.....	10
2.2 Komunikasi.....	10
2.2.1 Jenis Komunikasi.....	11

2.3	Periklanan (<i>Advertising</i>)	11
2.3.1	Tujuan Periklanan	12
2.4	Desain Komunikasi Visual	13
2.4.1	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	13
2.5	Copywriting	15
2.5.1	Headline	15
2.5.2	Subheadline	15
2.5.3	Bodycopy	16
2.5.4	Tagline	16
2.5.5	Baseline	16
2.6	Layout	16
2.7	Tipografi	16
2.8	Komposisi	17
2.9	Produk	17
2.10	Analisa SWOT	17
2.11	AOI	18
2.12	Target Audients	18
2.13	Strategi Kreatif	19
2.13.1	Strategi Pesan	19
2.13.2	Strategi Media	19
2.13.3	Strategi Promosi	19
2.14	Media	20
2.14.1	Event	20
2.14.2	Poster Cetak	20
BAB III		
3.1	Data Perusahaan	21
3.1.1	Footstep Footwear	21
3.1.2	Spesifikasi Produk	22
3.1.3	Data Penjualan Produk	25
3.1.4	Keunggulan Produk	25
3.2	Data Permasalahan	26
3.3	Data Khalayak Sasaran	26
3.3.1	Geografis	26
3.3.2	Demografis	26

3.3.3 Psikografis	27
3.4 Analisis AOI	27
3.4.1 Activity	27
3.4.2 Opini	28
3.4.3 Interest	28
3.5 Data Sejenis	28
3.5.1 Analisis SWOT	28
3.5.2 Perancangan Sejenis	31
3.5.3 Analisis Matrik	32
3.6 Data Empirik.....	33
3.6.1 Kuesioner Target Audiens	33
3.6.2 Analisis Data Strategi Media Footstep Footwear	35
3.7 Strategi Kreatif	36
3.7.1 Insight	36
3.7.2 Positioning	36
3.7.3 What To Say	36
3.7.4 Rekomendasi Tagline	37
3.8 Strategi Pesan	37
3.9 Data Promosi Sejenis	37
3.9.1 Produk.....	38
3.10 Data Pendukung.....	39
BAB IV	
4.1 Konsep Perancangan.....	40
4.2 Konsep & Hasil Perancangan Strategi Media Visual.....	43
4.2.1 Konsep Visual.....	45
4.2.2 Layout.....	45
4.2.3 Typografi	45
4.2.4 Warna.....	45
4.3 Konsep Television Commercial (TVC).....	45
4.4 Hasil Rancangan Desain	46
BAB V	
5.1 Simpulan.....	50
5.2 Saran Dan Rekomendasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

LAMPIRAN 53