

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5 Tujuan Perancangan</b> .....	<b>5</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.7 Metode Pengambilan Data</b> .....	<b>5</b>
<b>1.8 Kerangka Berpikir</b> .....	<b>7</b>
<b>1.9 Pembabakan</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Promosi</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1.1 Pengertian Promosi</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1.2 Tujuan Promosi</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1.3 Fungsi Promosi</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1.4 Strategi Promosi</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.5 Bauran Promosi</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.7 Iklan</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2 Periklanan</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.1 Tujuan Periklanan</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3 Media</b> .....	<b>15</b>
<b>2.3.1 Strategi Media</b> .....	<b>16</b>
<b>2.4 Aplikasi</b> .....	<b>16</b>

2.5	Perilaku Konsumen .....	17
2.5.1	Gaya Hidup .....	18
2.6	Keputusan Pembelian .....	19
2.6.1	Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian .....	19
2.7	Komunikasi .....	20
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	21
2.6.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	22
2.6.2	Unsur-Unsur Desain .....	24
2.9	Tipografi.....	29
<b>BAB III DATA PERMASALAHAN .....</b>		<b>32</b>
3.1	Data Perusahaan.....	32
3.1.1	Pitimoss Fun Library.....	32
3.1.2	Visi.....	33
3.1.3	Misi.....	33
3.2	Data Empirik .....	34
3.2.1	Data Wawancara.....	34
3.2.2	Data Wawancara Target Audiens .....	35
3.2.3	Data Observasi .....	35
3.2.4	Data Khalayak Sasaran.....	38
3.2.5	Hasil Survey Khalayak.....	39
3.2.6	Analisis Data Sejenis.....	42
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Konsep Perancangan.....	45
4.1.1	Tujuan Komunikasi.....	45
4.1.2	Pendekatan Komunikasi .....	46
4.1.3	Strategi Komunikasi .....	46
4.1.4	Strategi Kreatif .....	47
4.1.5	Strategi Media.....	48
4.2	Konsep Visual .....	48
4.2.1	Moodboard .....	48
4.3	Layout.....	49
4.4	Tipografi.....	50

<b>4.5</b>	<b>Copywriting.....</b>	<b>50</b>
<b>4.6</b>	<b>Warna .....</b>	<b>50</b>
<b>4.7</b>	<b>Hasil Perancangan.....</b>	<b>51</b>
<b>4.7.1</b>	<b>Logo.....</b>	<b>51</b>
<b>4.7.2</b>	<b>Aplikasi Pitimoss Fun Delivery .....</b>	<b>51</b>
<b>4.7.3</b>	<b>Visual Attention .....</b>	<b>54</b>
<b>4.7.4</b>	<b>Visual Interest .....</b>	<b>55</b>
<b>4.7.5</b>	<b>Visual Search.....</b>	<b>57</b>
<b>4.7.6</b>	<b>Visual Share.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1</b>	<b>Simpulan.....</b>	<b>60</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran dan Rekomendasi .....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>62</b>