

DAFTAR ISI

PERANCANGAN PROMOSI LADOCHEVITA DENGAN KAMPANYE SLOW FASHION.....	I
KATA PENGANTAR.....	I
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	II
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABEL.....	X
BAB I.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	4
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.4 RUANG LINGKUP.....	5
1.5 TUJUAN PERANCANGAN.....	5
1.6 MANFAAT PERANCANGAN.....	5
1.6.1 Bagi Penulis.....	7
1.6.2 Bagi Akademis.....	7
1.6.3 Bagi Pembaca.....	7
1.7 METODE PENELITIAN.....	8
1.7.1 Metode yang Digunakan.....	8
1.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.7.3 Metode Analisis.....	9
1.8 KERANGKA PERANCANGAN.....	10
BAB 2.....	11
DASAR PEMIKIRAN.....	11
2.1 KOMUNIKASI PEMASARAN.....	11
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.3 Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 Sasaran Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.5 Asumsi.....	13
2.2 TEORI PERIKLANAN.....	13
2.2.1 Definisi Periklanan.....	13
2.2.2 Fungsi Periklanan.....	13

2.2.3	<i>Komponen Periklanan</i>	14
2.2.4	<i>Asumsi</i>	15
2.3	TEORI <i>BRANDING</i>	15
2.3.1	<i>Tujuan dan Fungsi Branding</i>	15
2.3.2	<i>Asumsi</i>	16
2.4	TEORI <i>MARKETING MIX</i>	16
2.4.1	<i>Asumsi</i>	18
2.5	TEORI <i>DESAIN KOMUNIKASI VISUAL</i>	18
2.5.1	<i>Asumsi</i>	19
BAB III	20
DATA DAN ANALISIS MASALAH	20
3.1	DATA.....	20
3.1.1	<i>Ladouchevita</i>	20
3.2	DATA <i>PERMASALAHAN</i>	22
3.3	DATA <i>EMPIRIK</i>	24
3.3.1	<i>Data Wawancara</i>	24
3.3.2	<i>Data Kuesioner</i>	25
3.3.3	<i>Data Observasi</i>	26
3.3.4	<i>Data Khalayak</i>	28
3.3.4.1	<i>Demografi</i>	28
3.3.4.2	<i>Psikografi</i>	28
3.4	DATA <i>SEJENIS</i>	31
3.4.1	<i>Analisis SWOT</i>	31
BAB IV	32
4.1	KONSEP <i>PERANCANGAN</i>	32
4.1.1	<i>Tujuan Komunikasi</i>	32
4.1.2	<i>Pendekatan Komunikasi</i>	33
4.2	STRATEGI <i>KREATIF</i>	34
4.3	KONSEP <i>VISUAL</i>	35
4.3.1	<i>Visual Target Audiens dan Indikator</i>	35
4.3.2	<i>Gaya Visual</i>	36
4.3.3	<i>Tipografi</i>	36
4.3.4	<i>Warna</i>	37
4.3.5	<i>Konsep Media</i>	37
4.4.1	<i>Media Utama</i>	39
4.4.2	<i>Media Pendukung</i>	40
4.5	HASIL <i>RANCANGAN</i>	40
4.5.1	<i>Attention</i>	40
4.5.2	<i>Interest</i>	41
4.5.3	<i>Search</i>	43
4.5.4	<i>Action</i>	44
4.5.5	<i>Share</i>	46

BAB V	47
KESIMPULAN & SARAN	47
5.1 KESIMPULAN.....	47
5.2 SARAN.....	47
LAMPIRAN	48
DAFTAR PUSTAKA	50