

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup .....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	4
1.5 Manfaat Perancangan .....	4
1.6 Metodologi Penelitian .....	5
1.6.1 Metodologi yang digunakan.....	5
1.6.2 Metode pengumpulan data.....	5
1.6.3 Metode Analisis .....	6
1.7 Kerangka Perancangan .....	8
1.8 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Desain Komunikasi Visual .....	10
2.1.1 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	10
2.2 Periklanan .....	11
2.2.1 Tujuan Iklan.....	12
2.3 <i>Brand</i> (merek) .....	12
2.3.1 Macam- Macam <i>Brand</i> .....	15
2.4 Branding .....	16
2.4.1 Tujuan Branding .....	16
2.4.2 Jenis – Jenis <i>Branding</i> .....	17
2.4.3 Unsur Branding .....	18
2.4.4 Stategi Branding .....	19
2.4.4.1 Brand Positioning.....	19
2.4.4.2 Brand Identity .....	19
2.4.4.3 Brand Personality .....	19
2.4.4.4 Brand Communication .....	20
2.4.4.5 Brand Awareness .....	21
2.4.4.6 Brand Equity .....	21

2.5 Brand Image .....	22
2.5.1 Faktor Brand Image .....	22
2.5.2 Aspek Brand Image .....	23
2.6 Brand Activation .....	23
2.6.1 Bentuk Brand Activation .....	23
2.7 New Media .....	24
2.8 Social Media .....	24
2.8.1 Instagram .....	24
2.8.2 Facebook .....	25
2.9 AISAS .....	26
2.10 Maskot .....	26
2.11 Logo .....	27
<b>BAB III .....</b>	<b>28</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>28</b>
3.1 Data .....	28
3.1.1 Data Intuisi .....	28
3.1.2 Produk .....	31
3.2 Data Permasalahan .....	33
3.3 Data Target Audiens .....	34
3.3.1 Segmentasi Geografi .....	34
3.3.2 Segmentasi Demografi .....	34
3.3.3 Segmentasi Psikografi .....	34
3.3.4 Consumer Insight .....	34
3.3.5 AOI .....	35
3.4 Data sejenis .....	35
Berikut merupakan tabel dari data sejenis yang mempunyai kemiripan dengan perancangan strategi ini: .....	35
3.4.1 Analisis SWOT .....	37
3.4.2 AISAS .....	38
3.5 Data Empirik .....	39
3.5.1 Data observasi .....	39
3.5.2 Data wawancara .....	41
3.5.3 Data kuesioner .....	42
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	43
4.1.1 Konsep Komunikasi .....	44
4.1.2 Strategi Kreatif .....	47
4.1.2.1 Metode AISAS (Awareness – Interest – Search – Action – Share) .....	48
4.1.3 Analisis 5W+1H .....	49
4.1.4 Strategi Media .....	50
4.1.5 Periklanan .....	52
4.1.6 Social Media .....	53
4.1.6.1 Instagram .....	53

4.1.6.2 Facebook .....	54
4.1.7 Spesifikasi Media .....	55
<b>4.2 konsep Visual .....</b>	<b>60</b>
<b>4.3 Referensi .....</b>	<b>61</b>
4.3 1 Referensi Konsep .....	61
<b>4.4 Layout .....</b>	<b>62</b>
<b>4.5 Tipografi .....</b>	<b>64</b>
<b>4.6 Fotografi .....</b>	<b>65</b>
<b>4.7 logo .....</b>	<b>65</b>
<b>4.8 Maskot .....</b>	<b>66</b>
<b>4.9 Copywriting .....</b>	<b>67</b>
<b>4.10 Warna .....</b>	<b>67</b>
<b>4.11 Hasil Perancangan .....</b>	<b>68</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>86</b>
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran .....	87
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>88</b>
<b><i>Foto observasi ke lapangan dengan pihak Scoop and Skoops .....</i></b>	<b>88</b>
<b><i>Foto produk es krim Scoop and Skoops .....</i></b>	<b>89</b>
<b><i>Kuesioner yang disebar kepada Ibu rumah tangga dan pekerja:.....</i></b>	<b>90</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>