

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR GAMBAR	VII
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 PERMASALAHAN	4
1.2.1 <i>Identifikasi Masalah</i>	4
1.2.2 <i>Rumusan Masalah</i>	4
1.3 RUANG LINGKUP	4
1.4 TUJUAN PERANCANGAN	5
1.5 MANFAAT PERANCANGAN	5
1.6 METODE PENELITIAN	6
1.6.1 <i>Metode yang Digunakan</i>	6
1.6.2 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	6
1.6.3 <i>Metode Analisis</i>	7
1.7 KERANGKA PERANCANGAN	9
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 PROMOSI	11
2.1.1 BAURAN PROMOSI	11
2.1.2 <i>Fungsi dan Tujuan Promosi</i>	12
2.1.2.1 <i>Fungsi Promosi</i>	12
2.1.2.2 <i>Tujuan Promosi</i>	13

2.1.3 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	13
2.1.4 <i>Media Promosi</i>	15
2.1.5 <i>Perilaku Konsumen</i>	16
2.1.6 <i>AISAS</i>	17
BAB III DATA OBJEK PENELITIAN	20
3.1 DATA OBJEK	20
3.1.1 <i>Cat's And Ice Cream</i>	20
3.1.2 <i>Data Fasilitas</i>	21
1. <i>Outlet Ice Cream</i>	21
3.2 DATA PERMASALAH.....	26
3.3 DATA TARGET AUDIENS.....	26
3.4 DATA KUISIONER.....	28
3.5 DATA SEJENIS	29
3.6 DATA EMPRIK	31
3.6.1 <i>Observasi</i>	31
3.6.2 <i>Hasil Wawancara</i>	32
3.7 MATRIKS PERBANDINGAN	33
3.8 ANALISIS	34
3.9 WHAT TO SAY/PESAN	36
BAB IV	38
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	38
4.1 KONSEP PERANCANGAN	38
4.1.1 <i>Tujuan Komunikasi</i>	38
4.1.2 <i>Pendekatan Komunikasi</i>	39
4.1.3 <i>Gaya Bahasa</i>	39
4.2 <i>Strategi Kreatif</i>	39
4.3 KONSEP VISUAL.....	40
4.3.1 <i>Visual Targer Audience dan Idikator</i>	40
4.3.2 <i>Gaya Visual</i>	41
4.3.3 <i>Tipografi</i>	41
4.3.4 <i>Warna</i>	42

4.4	KONSEP MEDIA	42
4.4.1	<i>Media Utama</i>	43
4.4.2	<i>Media Pendukung</i>	43
4.5	HASIL RANCANGAN.....	45
4.5.1	<i>Poster</i>	45
4.5.2	<i>Flayer</i>	45
4.5.3	<i>Instagram Post</i>	46
4.5.4	<i>Instagram Story</i>	47
4.5.5	<i>Video Teaser (Youtube)</i>	48
4.5.6	<i>Voucher Diskon</i>	49
4.5.6	<i>Merchandise</i>	49
BAB V		50
KESIMPULAN		50
5.1.	KESIMPULAN.....	50
5.2	SARAN	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51