

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Lembar Pernyataan | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Abstrak..... | iii |
| Abstract | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi | vii |
| Daftar Gambar | xi |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Bagan | xv |
| BAB 1 Pendahuluan..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah..... | 4 |
| 1.3. Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.4. Ruang Lingkup..... | 5 |
| 1.5. Tujuan Perancangan..... | 5 |
| 1.6. Manfaat Perancangan..... | 5 |
| 1.6.1. Manfaat Teoritis..... | 5 |
| 1.6.2. Manfaat Praktis | 6 |
| 1.7. Metode Penelitian | 6 |
| 1.7.1. Metode Pengumpulan Data..... | 6 |
| 1.7.2. Metode Analisis Data..... | 7 |
| 1.8. Kerangka Perancangan..... | 9 |
| 1.9. Pembabakan | 10 |
| BAB II Dasar Pemikiran..... | 11 |
| 2.1. Teori Promosi..... | 11 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.1. Strategi Promosi | 11 |
| 2.2. Teori Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.1. Pengertian Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.2. Pemasaran Konten | 13 |
| 2.3. Komunikasi | 13 |
| 2.3.1. Jenis Komunikasi | 13 |
| 2.4. Iklan | 14 |
| 2.4.1. Tujuan Iklan | 14 |
| 2.5. AISAS | 15 |
| 2.6. Desain Komunikasi Visual | 15 |
| 2.6.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual..... | 15 |
| 2.7. Tipografi | 20 |
| 2.8. Layout/Tata Letak | 21 |
| 2.9. Logo | 21 |
| BAB III Data Dan Analisis Masalah | 22 |
| 3.1. Data | 22 |
| 3.1.1. Data Produk Kedai Kopi Monday Morning | 22 |
| 3.1.2. Lokasi | 23 |
| 3.1.3. Data Produk | 24 |
| 3.2. Data Khalayak Sasaran | 27 |
| 3.2.1. Demografi..... | 27 |
| 3.2.2. Geografis | 28 |
| 3.2.3. Psikografis | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.4. Hasil Survey Khalayak..... | 29 |
| 3.3. Data Proyek Sejenis..... | 32 |
| 3.3.1. Skema Kompetitor..... | 34 |
| 3.3.2. Data Observasi | 37 |
| 3.3.3. Data Penjualan..... | 39 |
| 3.3.4. Data Wawancara..... | 40 |
| 3.3.5. Opini Konsumen Kedai Kopi Monday Morning | 42 |
| 3.4. Analisis SWOT..... | 43 |
| 3.4.1. Analisis Khalayak Sasaran | 51 |
| BAB IV Konsep Perancangan | 53 |
| 4.1. Konsep Pendekatan | 53 |
| 4.2. Daya Tarik Kreatif..... | 53 |
| 4.3. Gaya Eksekusi | 54 |
| 4.3.1. Strategi Komunikasi | 54 |
| 4.3.2. Tujuan Komunikasi | 55 |
| 4.3.3. Fungsi Komunikasi..... | 55 |
| 4.3.4. Konsep Pesan | 56 |
| 4.3.5. Konsep Perancangan | 56 |
| 4.3.6. Strategi Media | 58 |
| 4.3.7. Unsur Grafis | 60 |
| 4.4. Gaya Visual | 60 |
| 4.4.1. Tipografi..... | 61 |
| 4.4.2. Warna | 63 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 4.4.3. Logo..... | 63 |
| 4.5. Hasil Perancangan | 65 |
| 4.5.1. Media Utama | 65 |
| 4.5.2. Media Pendukung..... | 70 |
| 4.5.3. Konten Media Sosial | 70 |
| 4.5.4. Poster | 73 |
| 4.5.5. Mockup Merchandise | 74 |
| 4.5.6. Perancangan X-Banner | 74 |
| | |
| BAB V Penutup | 75 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 75 |
| 5.2. Saran..... | 76 |
| Daftar Pustaka..... | 77 |