

Daftar Isi

Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Bagan Tabel.....	xi
Daftar Istilah.....	xii
Abstrak.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	3
a. Umum.....	3
b. Khusus.....	3
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
a. Bagi Penulis.....	4
b. Bagi Pembaca.....	4
c. Bagi Akademik.....	4
1.7 Metodologi Penilitan.....	4
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
a. Wawancara.....	5
b. Observasi.....	5
c. Kajian Pustaka.....	5
d. Kuisioner.....	5

1.7.2 Metode Analisis.....	5
a. <i>Strength</i>	6
b. <i>Weakness</i>	6
c. <i>Opportunity</i>	6
d. <i>Threat</i>	6
e. <i>Activity</i>	6
f. <i>Opinion</i>	6
g. <i>Interest</i>	6
1.8 Kerangka Berpikir.....	7
1.9 Pembabakan.....	8
BAB 2 DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 <i>Branding</i>	9
2.1.1 Jenis – Jenis <i>Branding</i>	9
a. <i>Cultural</i>	9
b. <i>Product</i>	9
c. <i>Destination</i>	10
d. <i>Personal</i>	10
e. <i>Corporate</i>	10
2.1.2 Manfaat <i>Brand</i>	10
2.2 <i>Brand Awareness</i>	12
2.2.1 Piramida Kesadaran Merek.....	12
2.3 Multimedia.....	14
2.3.2 Jenis –Jenis Multimedia.....	14
a. <i>Linear Multimedia</i>	14
b. <i>Interactive Multimedia</i>	14
c. <i>Hypermedia</i>	15
2.3.3 Karakteristik Multimedia.....	15
2.4 <i>Advertising</i>	15
2.4.1 AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	16
a. <i>Attention</i>	17

b. <i>Interest</i>	17
c. <i>Search</i>	17
d. <i>Action</i>	17
e. <i>Share</i>	17
2.4.2 Jenis – Jenis Periklanan.....	18
1. Berdasarkan Manfaat.....	18
2. Berdasarkan Klasifikasi.....	18
2.4.3 Media Periklanan.....	19
2.5 Logo.....	22
2.6 Warna.....	22
2.6.1 Pengelompokan Warna.....	23
2.6.2 Karakteristik Warna.....	23
2.7 Tipografi.....	23
2.7.1 Jenis – Jenis Huruf.....	24
Bab 3 DATA dan ANALISIS MASALAH.....	26
3.1 Profil Perusahaan.....	26
3.1.2 Bagan Perusahaan.....	27
3.1.3 Data Produk atau Jasa.....	28
3.1.4 Data Permasalahan.....	29
3.2 Data Empirik.....	30
3.2.1 Data wawancara dengan Pihak Sneaklin.....	30
3.2.2 Data Observasi.....	31
3.3 Analisa Kegiatan Produk atau Jasa.....	32
3.4 Data Kompetitor.....	33
3.4.1 Data Perusahaan Kompetitor.....	33
3.4.2 Analisis Data Produk atau Jasa Kompetitor.....	34
3.4.3 Analisis Kegiatan Produk atau Jasa Kompetitor.....	34

3.5 Analisis Data sejenis.....	36
3.5.1 Analisis Kegiatan Promosi Media ATL dan BTL.....	36
3.5.2 Analisis Perbandingan Varian Produk.....	37
3.5.3 Analisis SWOT.....	37
3.5.4 Analisis <i>Branding</i>	38
3.6 Positioning Produk.....	39
3.6.1 <i>Unique Selling Product</i>	39
3.6.2 Benefit Jasa/Layanan.....	40
3.7 Hasil Kuisisioner.....	40
3.8 Analisis AOI.....	41
3.8.1 Target Audiens.....	41
3.8.2 <i>Activity</i>	42
3.8.3 <i>Opinion</i>	42
3.8.4 <i>Interest</i>	42
3.9 <i>Insight</i>	43
3.9.1 <i>Reason to buy</i>	43
BAB 4 KONSEP dan HASIL PERANCANGAN.....	44
4.1 Konsep Pesan.....	44
4.2 Konsep Komunikasi.....	45
4.3 Konsep Media.....	47
4.4 Konsep Visual.....	48
a. Logo.....	48
b. Warna.....	49
c. Tipografi.....	50
d. Layout.....	50
e. Contoh <i>Event</i>	52
4.5 Hasil Perancangan.....	53