

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| ABSTRAK | i |
| <i>ABSTRACT</i> | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Permasalahan..... | 2 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 2 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Ruang Lingkup | 3 |
| 1.4 Tujuan Perancangan | 3 |
| 1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis | 3 |
| 1.5.1 Metode Pengumpulan Data | 3 |
| 1.5.2 Metode Analisis Produk | 4 |
| 1.6 Kerangka Perancangan | 5 |
| 1.7 Pembabakan | 6 |
| | |
| BAB II DASAR PEMIKIRAN | 7 |
| 2.1 Promosi | 7 |
| 2.1.1 Tujuan Promosi | 7 |
| 2.1.2 Fungsi Promosi | 8 |
| 2.2 Periklanan | 9 |
| 2.3 Bauran Pemasaran | 9 |
| 2.4 Strategi Kreatif | 10 |
| 2.4.1 Strategi Pesan | 10 |
| 2.4.2 Strategi Media | 11 |
| 2.5 Desain Komunikasi Visual | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.6 Analisis SWOT | 13 |
| 2.7 Media | 15 |
| 2.8 <i>Event</i> | 15 |
| 2.9 <i>Copywriting</i> | 16 |
| | |
| BAB III DATA DAN ANALISIS | 15 |
| 3.1 Data Produk | 15 |
| 3.1.1 Pizza Hotzz | 15 |
| 3.1.2 Kompetitor..... | 16 |
| 3.1.3 Data Penjualan | 16 |
| 3.2 Data Target Audiens | 17 |
| 3.2.1 Demografis | 17 |
| 3.2.2 Psikografis | 17 |
| 3.2.3 Geografis | 17 |
| 3.3 Data Observasi | 17 |
| 3.4 Data Wawancara | 17 |
| 3.5 Data Kuesioner | 18 |
| 3.6 Analisis SWOT | 22 |
| 3.7 Analisis Khalayak Sasaran | 23 |
| | |
| BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN | 28 |
| 4.1 Konsep Perancangan | 28 |
| 4.1.1 Tujuan Komunikasi | 28 |
| 4.1.2 Strategi Pesan | 28 |
| 4.1.3 Strategi Kreatif | 29 |
| 4.1.4 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator | 29 |
| 4.1.5 Strategi Media | 30 |
| 4.1.6 Strategi Visual | 31 |
| 4.2 Hasil Perancangan | 34 |
| 4.2.1 <i>Attention</i> | 34 |

| | |
|---------------------------------|----|
| 4.2.2 <i>Interest</i> | 36 |
| 4.2.3 <i>Search</i> | 38 |
| 4.2.4 <i>Action</i> | 40 |
| 4.2.5 <i>Share</i> | 41 |
| | |
| BAB V PENUTUP | 44 |
| 5.1 Kesimpulan | 44 |
| 5.2 Saran dan Rekomendasi | 45 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 45 |
| | |
| LAMPIRAN | 47 |