

DAFTAR ISI

LEMBARPERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.5.1 Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Analisis.....	6
1.6 Kerangka Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Strategi Branding.....	9
2.2 Brand.....	9
2.3 Komunikasi.....	11
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3.2 Promosi.....	14
2.4 Media.....	14
2.4.1 Media Sosial.....	14
2.4.2 Media Placement.....	15
2.7 Unsur Desain.....	16
2.6 Prinsip Desain.....	17
2.7 Bagan Teori.....	19

BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY DAN ANALISIS	20
3.1 Data	20
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek	20
3.1.2 Data Produk	21
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	22
3.1.4 Data Hasil Observasi.....	23
3.1.5 Data Hasil Wawancara.....	24
3.1.6 Data Hasil Kuisisioner.....	26
3.1.7 Data Pesaing dan Media sejenis.....	29
3.2 Analisis.....	31
3.2.1 Hasil Analisis Data Observasi	31
3.2.2 Hasil Analisis Data Wawancara.....	31
3.2.3 Hasil Analisis Data Kuesioner	32
3.2.4 Analisis Matriks Perbandingan.....	32
3.2.5 Penarikan Kesimpulan	33
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	35
4.1 Metode Perancangan	35
4.2 Strategi Kreatif.....	35
4.2.1 Strategi Komunikasi.....	35
4.2.2 Positioning	35
4.2.3 Big Idea.....	36
4.2.4 What to Say.....	36
4.2.5 Keyword.....	36
4.3 Strategi Desain	36
4.3.1 Pendekatan Rasional	36
4.3.2 Pendekatan Emosional	36
4.4 Standar Visual	37
4.4.1 Logo	37
4.5 Pemilihan Media	42
4.5.1 Media Utama.....	42
4.5.2 Media Pendukung	45
4.6 Media Placement	51
4.6.1 Media Cetak	51
4.6.2 Media Outdoor	51

4.6.3	Media Indoor.....	52
4.7	Estimasi Biaya Promosi	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
DAFTAR PUSTAKA.....		57