

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis Data.....	7
1.8 Kerangka Penelitian.....	8
1.9 Pembabakan.....	9
BAB II.....	10
2.1 Strategi Promosi.....	10
2.1.1 Bauran Promosi.....	10
2.1.2 Tujuan Promosi.....	11
2.1.3 Media Promosi.....	12
2.2 Komunikasi.....	13
2.2.1 Tujuan Komunikasi.....	13
2.3 Strategi Kreatif.....	13
2.4 AOI ( <i>Activity, Opinion &amp; Interest</i> ).....	14
2.5 Media.....	14
2.5.1 Strategi Media.....	15

2.5.2	Media Sosial .....	15
2.6	AISAS .....	15
2.7	<i>Advertising</i> .....	16
2.7.1	<i>Copywriting</i> .....	17
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	17
2.8.1	Prinsip Desain.....	18
2.8.2	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.3	Ilustrasi.....	22
2.8.4	Tipografi.....	22
2.8.5	<i>Layout</i> .....	25
2.9	Bintang Iklan ( <i>Celebrity Endorser</i> ).....	26
2.10	Generasi Milenial .....	26
2.11	Ulasan <i>Online</i> .....	27
BAB III.....		28
3.1	Data Institusi Pemberi Proyek.....	28
3.1.1	Struktur Organisasi .....	28
3.2	Data Produk.....	29
3.2.1	Visi dan Misi .....	30
3.3	5W+1H.....	30
3.4	Data Khalayak Sasaran .....	31
3.4.1	Perilaku Khalayak Sasaran .....	32
3.5	Data Hasil Wawancara.....	34
3.5.1	Pemilik Usaha.....	34
3.6	Data Hasil <i>Consumer Journey</i> .....	35
3.7	Data Pesaing dan Media Sejenis.....	36
3.7.1	Batik Tulis Lathifa .....	36
3.8	Analisis .....	37
3.8.1	Hasil Analisis Data Observasi .....	37
3.8.2	Hasil Analisis Data Wawancara.....	37
3.8.3	Hasil Perbandingan SWOT Produk .....	38
3.8.4	Hasil Analisis Data Kuesioner.....	39
3.8.5	Analisis Matriks Perbandingan .....	40
3.8.6	Penarikan Kesimpulan.....	41
BAB IV.....		42

4.1	Konsep Perancangan.....	42
4.1.1	Tujuan Komunikasi.....	43
4.1.2	Pendekatan Komunikasi.....	43
4.1.3	Strategi Pesan.....	43
4.1.4	Strategi Kreatif.....	44
4.1.5	5W+1H.....	44
4.1.6	Visual Khalayak Sasaran dan Indikator.....	45
4.1.7	Strategi Media.....	46
4.1.8	Strategi Visual.....	50
4.2	Hasil Perancangan.....	52
4.2.1	<i>Attention</i> .....	52
4.2.2	<i>Interest</i> .....	56
4.2.3	<i>Search</i> .....	61
4.2.4	<i>Action</i> .....	62
4.2.5	<i>Share</i> 64	
BAB V.....		67
7.1	Kesimpulan.....	67
7.2	Saran dan Rekomendasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN.....		71