

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	iv
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.4.1 Apa	3
1.4.2 Siapa	3
1.4.3 Bagaimana.....	3
1.4.4 Tempat.....	4
1.4.5 Waktu	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metode Penelitian	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	5

1.7.2 Metode Analisis	6
1.8 Kerangka Perancangan.....	7
1.9 Pembabakan (Gambaran Singkat tiap Bab)	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi	9
2.1.2 Fungsi Komunikasi	10
2.2 Periklan	11
2.2.1 Tujuan Periklanan	11
2.2.2 Persuasi Dalam Iklan	11
2.2.3 Bauran Promosi.....	12
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.2.4.1 Generasi Millennials.....	12
2.2.5 <i>Copywriting</i>	13
2.3 Media	13
2.4.1 Fungsi Media	14
2.4.2 Jenis Media	14
2.4.3 <i>AISAS</i>	15
2.4 DKV.....	16
2.4.1 Unsur Desain.....	17
2.4.2 Layout	17
2.4.3 Tipografi.....	17

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data Perusahaan	18
---------------------------	----

3.1.1	Pengenalan Gestrella Sprei	18
3.1.2	Sejarah Gestrella Sprei.....	19
3.1.3	Fitur Gestrella Sprei.....	19
3.1.4	Visi dan Misi Gestrella Sprei	21
3.2	Data Permasalahan	21
3.3	Data Empirik	22
3.3.1	Data Wawancara	22
3.3.1	Demografis.....	31
3.3.2	Geografis.....	31
3.3.3	Psikografis.....	31
3.3.4	<i>AOI</i>	32
3.4	Data Promosi Sebelumnya	33
3.5	Data Sejenis.....	34
3.5.1	<i>Bedcover</i> Bandung	34
3.5.2	Fitur <i>Bedcover</i> Bandung	35
3.6	Analisis Data Sejenis	36
3.6.1	<i>SWOT</i>	36

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1	Konsep Pesan	38
4.1.1	Statement Penjualan (Pesan).....	38
4.2	Konsep Media	40
4.2.1	Media yang Digunakan	40
4.2.2	Perencanaan Media	40
4.2.3	<i>Timeline</i>	42
4.3	Konsep Visual	43

4.3.1 Ide Visual	43
4.3.2 Perencanaan Visual.....	45

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	54