

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	9
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Ruang Lingkup .....	11
1.5 Tujuan Penelitian .....	12
1.6 Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data .....	12
1.6.2 Metode Analisis Data .....	13
1.7 Kerangka Penelitian .....	14
1.8 Pembabakan .....	15
BAB II LANDASAN TEORI .....	16
2.1 Promosi .....	16
2.1.1 Tujuan Promosi .....	16
2.1.2 Strategi Promosi .....	17
2.1.3 Teknik Penawaran Dengan <i>Closing</i> .....	17
2.1.4 Bauran Promosi .....	18
2.1.5 Bauran Pemasaran 4P .....	19
2.2 Periklanan .....	20
2.2.1 Tujuan Iklan .....	20
2.2.2 Strategi Kreatif .....	21
2.2.3 Jenis Iklan .....	21
2.2.4 Pendekatan <i>Hardsell</i> .....	22
2.2.5 Pendekatan <i>Soft Selling</i> .....	22
2.3 Copywriting .....	22
2.3.1 Strategi Pesan Penjualan .....	22

2.4 Media.....	23
2.4.1 Strategi Media .....	23
2.4.2 Jenis Media.....	24
2.4.3 Media Sosial.....	25
2.5 Desain Komunikasi Visual.....	25
2.5.1 Unsur Desain Komunikasi Visual .....	25
2.5.2 Prinsip Desain .....	27
2.5.3 Typografi .....	30
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>31</b>
3.1 Data Pemberi Proyek/Perusahaan .....	31
3.1.1 Data Perusahaan/Produk .....	31
3.1.2 Varian Produk .....	32
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	32
3.1.4 AOI (Activity, Opinion, Interest) .....	33
3.1.5 Data Promosi Sebelumnya .....	34
3.1.5.1 Mengikuti Acara Pameran.....	34
3.1.5.2 Menjadi Sponsor Acara.....	35
3.1.6 Data Hasil Wawancara .....	35
3.1.7 Sosial Media.....	36
3.1.8 Data Hasil Kuesioner .....	37
3.1.9 Data Pesaing dan Media Sejenis .....	39
3.2 Analisis.....	41
3.2.1 Matriks SWOT .....	41
3.2.2 Hasil Data Wawancara .....	42
3.2.3 Hasil Analisis Data Kuesioner .....	43
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	45
4.1.1 Tujuan Komunikasi .....	45
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	45
4.1.3 Strategi Pesan .....	45
4.1.4 Strategi Kreatif .....	46
4.1.5 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator .....	47

4.1.6 Strategi Media .....	49
4.1.7 Strategi Visual .....	49
4.2 Hasil Perancangan .....	52
4.2.1 <i>Attention</i> .....	52
4.2.2 <i>Interest</i> .....	55
4.2.3 <i>Search</i> .....	58
4.2.4 <i>Action</i> .....	59
4.2.5 <i>Share</i> .....	63
BAB V PENUTUP .....	65
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran dan Rekomendasi .....	65
LAMPIRAN .....	66
1. Data Wawancara Dengan Admin Roti Matahari.....	66
2. Data Observasi .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	71