

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	v
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.4 Ruang Lingkup</b> .....	3
<b>1.5 Tujuan Perancangan</b> .....	3
<b>1.6 Metodologi Penelitian</b> .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
<b>1.7 Kerangka Penelitian</b> .....	5
<b>1.8 Sistematika Penelitian</b> .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
<b>2.1 Pengertian Promosi</b> .....	8
2.1.1 Bauran Promosi .....	8
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Promosi .....	9
2.1.2.1 Tujuan Promosi .....	9
2.1.2.2 Fungsi Promosi.....	10
2.1.3 Periklanan .....	10
2.1.3.1 Macam – Macam Periklanan .....	11
2.1.4 Perencanaan Strategi Promosi .....	12
2.1.5 Segmentation, Targeting, Positioning ( STP ).....	12
2.1.6 Media Promosi .....	14
2.1.6.1 Fungsi Media.....	14
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	16
2.1.8 Analisis AISAS .....	16
2.1.9 Visual .....	18
2.1.9.1 Visual Promosi.....	18
2.1.10 Analisis Target Audiens AOI .....	19
2.1.11 Desain Komunikasi Visual.....	19
2.1.11.1 Unsur – Unsur Desain .....	19

2.1.11.2 Prinsip Desain.....	20
2.1.11.3 Warna .....	21
<b>BAB III DATA OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Data Perusahaan .....</b>	<b>22</b>
3.1.1 Lokasi Perusahaan .....	23
3.1.1.1 Lokasi Unit Kerja .....	24
3.1.1.2 Suasana Lokasi Kantor dan Workshop.....	24
<b>3.2 Portofolio Perusahaan .....</b>	<b>26</b>
3.2.1 Cara Memperoleh Projek .....	29
3.2.2 Sistem Kerja Perusahaan .....	29
3.2.3 Pelayanan Perusahaan .....	30
3.2.4 Platform Promosi Perusahaan .....	31
<b>3.3 Data Permasalahan .....</b>	<b>32</b>
<b>3.4 Data Target Audiens (Consumer Insight).....</b>	<b>32</b>
<b>3.5 Data Wawancara Pencetus Perusahaan .....</b>	<b>33</b>
<b>3.6 Data Observasi .....</b>	<b>34</b>
<b>3.7 Data Kompetitor .....</b>	<b>35</b>
<b>3.8 Matriks Perbandingan SWOT .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1 Konsep Perancangan.....</b>	<b>38</b>
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	38
4.1.2 Pendekatan Komunikasi .....	38
4.1.3 Strategi Pesan .....	38
4.1.4 Strategi Kreatif .....	39
4.1.5 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator.....	39
4.1.6 Strategi Media .....	40
4.1.6.1 Metode AISAS .....	41
4.1.6.2 Timeline AISAS .....	41
4.1.7 Strategi Visual .....	41
4.1.7.1 Gaya Visual Poster .....	41
4.1.7.2 Warna .....	42
4.1.7.3 Tipografi.....	43
<b>4.2 Hasil Perancangan .....</b>	<b>43</b>
4.2.1 Attention .....	43
4.2.2 Interest .....	44

4.2.3 Search .....	48
4.2.4 Action .....	49
4.2.5 Share.....	50
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>52</b>
<b>5.2 Saran dan Rekomendasi.....</b>	<b>52</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	vii