

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	3
1.4. Ruang lingkup.....	4
1.5. Tujuan Perancangan.....	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Metode Pengumpulan dan Analisis Data	6
1.7.1 Metode Penelitian	6
1.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.3 Metode Analisis Data.....	7
1.8. Kerangka Penelitian	10
1.9. Pembabakan	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI	13
2.1. Promosi	13
2.2.1 Tujuan Promosi.....	13
2.2.2 Strategi Promosi.....	14
2.2.3 Bauran Promosi.....	14
2.2. Periklanan	15
2.2.1 Tujuan periklanan	16
2.2.2 Media periklanan.....	17
2.2.3 Pesan dan Big Idea.....	18
2.2.4 Copywriting	19

2.3.	Branding.....	21
2.3.1	Logo.....	21
2.4.	Desain Komunikasi Visual.....	22
2.3.2	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	23
2.3.3	Elemen Desain Komunikasi Visual	23
2.3.4	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	25
BAB III.....		29
DATA DAN ANALISIS MASALAH		29
3.1	Data.....	29
3.1.1.	Data UMKM	29
3.1.2.	Data Khalayak Sasaran	30
3.1.3.	Data Observasi	32
3.1.4.	Data Wawancara Pemilik Usaha.....	36
3.1.5.	Data Wawancara Target Konsumen.....	37
3.1.6.	Data Kuesioner.....	37
3.1.7.	Data Pesaing.....	40
3.2	Analisis	43
3.2.1.	Hasil Analisis Data Observasi.....	43
3.2.2.	Hasil Analisis Data Wawancara.....	44
3.2.3.	Hasil Analisis Data Kuesioner	45
3.2.4.	Hasil Analisis Data Pesaing	45
BAB IV.....		47
PERANCANGAN		47
4.1	Konsep Pesan.....	47
4.1.1.	Statement Penjualan (Pesan)	47
4.1.2.	Big Idea.....	48
4.2	Konsep Media	49
4.2.1.	Media yang Digunakan	49
4.2.2.	Perancangan Media.....	50
4.2.3.	Timeline	50
4.3	Konsep Visual.....	51
4.3.1.	Ide Visual	51
4.3.2.	Perancangan Visual.....	53
BAB V		59
PENDAHULUAN		59
5.1	Kesimpulan	59

5.2	Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA.....	60