

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup .....	3
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 Penelitian.....	7
1.9 Susunan Penulisan .....	8
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Promosi .....	9
2.1.1 Tujuan Promosi .....	9
2.1.2 Fungsi Promosi.....	10
2.1.3 Bauran Promosi .....	11
2.1.4 Konsumen.....	12
2.2 Media Promosi.....	13
2.3 Periklanan .....	15

2.10.1 Fungsi Periklanan .....	15
2.10.2 Tujuan Periklanan .....	16
2.10.3 Jenis Iklan .....	17
2.4 Produk.....	19
2.5 Brand.....	20
2.6 Strategi Media.....	20
2.7 Strategi Kreatif.....	20
2.8 Target Audiens.....	21
2.9 Komunikasi.....	21
2.10 Desain Komunikasi Visual.....	22
2.10.1 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....	22
2.10.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	24
2.11 Bagan Kerangka Teori.....	25
<b>BAB III.....</b>	<b>26</b>
<b>DATA OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Data Perusahaan.....	26
3.1.1 Profile Mens Republic.....	26
3.1.2 Sejarah Mens Republic.....	26
3.2 Data Produk .....	28
3.2.1 Harga .....	28
3.2.2 Varian Tipe.....	28
3.2.3 Kapasitas Produksi .....	28
3.2.4 Lokasi .....	28
3.2.5 Omset .....	28
3.3 Data Khalayak Sasaran .....	29
3.3.1 Geografis .....	29
3.3.2 Demografis .....	29
3.3.3 Psikografis.....	29
3.3.4 AOI.....	30
3.3.5 Positioning.....	30
3.3.6 Targeting .....	31
3.4 Media Promosi.....	31
3.5 Data Wawancara.....	32

3.5.1 Wawancara Perusahaan.....	32
3.5.2 Wawancara Konsumen.....	34
3.6 Data Pesaing .....	35
3.6.1 Profile Portee Goods .....	35
3.6.2 Data Produk Pesaing .....	35
3.6.3 Media Promosi Pesaing.....	37
3.7 Analisis Data.....	38
3.7.1 Hasil Analisis Wawancara .....	39
3.7.2 Hasil Analisis SWOT.....	39
3.7.3 Hasil Analisis Observasi .....	40
3.7.4 Penarikan Kesimpulan Data Hasil Analisis .....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>42</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.2 Konsep Perancangan.....	42
4.3 Strategi Komunikasi .....	43
4.3.1 Tujuan Komunikasi .....	43
4.3.2 Pendekatan Komunikasi.....	43
4.3.3 Gaya Persuasi .....	43
4.4 Big Idea.....	44
4.5 Konsep Kreatif.....	45
4.5.1 Metode dan Timeline AISAS.....	45
4.5.2 Konsep Media .....	46
4.5.3 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator .....	46
4.5.4 Strategi Media .....	48
4.5.5 Solusi Kreatif Metode .....	49
4.6 Konsep Visual.....	49
4.6.1 Konsep Font .....	50
4.6.2 Konsep Warna .....	51
4.6.3 Studi Visual Poster.....	52
4.6.4 Referensi Moodboard.....	52

4.7 Hasil Perancangan .....	54
4.7.1 Strategi Visual .....	54
4.8 Proposal Solution Creative .....	60
<b>BAB V.....</b>	<b>62</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>