

Daftar Isi

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel	x
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Cara Pengumpulan Data dan Analisis Data	4
1.7.1 Pengumpulan Data.....	4
1.7.2 Analisis Data	5
1.8 Kerangka Penelitian	6
1.9 Pembabakan.....	7
BAB II.....	8
2.1 Promosi.....	8
2.1.1 Pengertian Promosi	8
2.1.2. Bauran Promosi.....	8
2.1.3 Tujuan Promosi.....	9

2.1.4 Fungsi Promosi	9
2.2 Teori AISAS	10
2.3 Strategi promosi	10
2.3.1 Strategi promosi	10
2.3.2 Fungsi Strategi Promosi	11
2.4 Desain Komunikasi Visual	11
2.5 Media	12
2.5.1 <i>New Media</i>	12
2.6 Digital Marketing	13
2.7 Sinematografi	14
2.8 Kerangka Teori dan Asumsi	15
2.8.1 Kerangka Teori	15
2.8.2 Asumsi	15
BAB III	16
3.1 Data Lembaga Pemberi Proyek	16
3.1.1 Data Profil Kun Anta	16
3.1.2 Visi dan Misi Lembaga	16
3.1.3 Tujuan Lembaga	17
3.1.4 Struktur Organisasi	17
3.2 Data Produk	18
3.2.1 Program Layanan Sosial	18
3.3. Data Khalayak Sasaran	21
3.3.1 Demografis	21
3.3.2 Psikografis	21
3.4 Data pesaing	21
3.5 Data Visual	23

3.6 Data Wawancara.....	23
3.7 Data Kuesioner	25
3.8 Analisis	28
3.8.1 Analisis Hasil Observasi	28
3.8.2 Hasil Wawancara	28
3.8.3 Hasil Analisis Data Kuisoner.....	28
3.8.4 Hasil Analisis Data Pembanding.....	29
3.9 Penarikan kesimpulan.....	30
BAB IV	31
4.1 Konsep Strategi Promosi	31
4.1.1 Konsep Pesan.....	31
4.1.2 Konsep Media	32
4.2 Perancangan.....	34
4.2.1 Video iklan.....	34
BAB V.....	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran	36
Daftar Pustaka	37
Lampiran	39