

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	3
1.6 Metode Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	5
1.7 Kerangka Penelitian .....	6
1.8 Pembabakan.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Iklan.....	8
2.1.1 Pengertian Iklan .....	8

2.1.2	Fungsi Iklan.....	8
2.2	Media.....	9
2.2.1	Pengertian Media .....	9
2.2.2	Strategi Media .....	10
2.3	Promosi.....	11
2.3.1	Pengertian Promosi .....	11
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	13
2.4.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	13
2.4.2	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	13
2.4.3	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5	UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....	18
2.6	Kerangka Teori.....	19
<b>BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>		<b>20</b>
3.1	Data Perusahaan .....	20
3.1.1	Sejarah Womenwear .....	20
3.1.2	Profil Perusahaan .....	21
3.1.3	Media Sosial.....	22
3.1.4	E-Commerce (Shopee).....	24
3.1.5	Data Usaha .....	24
3.2	Data Produk.....	25
3.2.1	Data Produk.....	25
3.2.2	Data Harga Produk.....	26
3.2.3	Data Penjualan .....	26

3.2.4	Geografis.....	26
3.2.5	Demografis.....	27
3.2.6	Psikografis.....	27
3.2.7	AOI (Activity, Opinion, Interest).....	27
3.3	Data Wawancara.....	28
3.3.1	Konsumen .....	29
3.3.2	Pemilik Womenwear.....	30
3.4	Data Promosi Sejenis.....	32
3.4.1	Kittyshopgirls.....	32
3.4.2	Data Produk.....	32
3.4.3	Data Harga Produk.....	33
3.4.4	Data Penjualan .....	33
3.4.5	Media Sosial (Instagram).....	33
3.4.6	Bentuk Promosi.....	34
3.5	Analisis Matriks .....	34
<b>BAB 4 KONSER DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Konsep.....	37
4.1.1	Strategi Perancangan.....	37
4.1.2	Strategi Kreatif.....	37
4.1.3	Pesan .....	38
4.1.4	Konsep Media .....	39
4.2	Creative Brief.....	40
4.2.1	Problem.....	40

4.2.2	Why do we advertise? .....	41
4.2.3	Who are we talking to? .....	41
4.2.4	Insight.....	42
4.2.5	What we want them to think or do? .....	42
4.2.6	What to say.....	42
4.2.7	How to say .....	42
4.2.8	Media.....	42
4.3	Media Utama .....	43
4.3.1	Instagram.....	43
4.3.2	Event Sale.....	43
4.3.3	Giveaway.....	44
4.4	Media pendukung.....	44
4.4.1	Print Ads .....	44
4.4.2	Digital Ads .....	45
4.5	Visual.....	45
4.5.1	Gaya Visual.....	45
4.5.2	Tipografi.....	45
4.5.3	Warna .....	46
4.6	Hasil Perancangan .....	47
4.6.1	Interface Instagram.....	47
4.6.2	Konten Instagram .....	47
4.6.3	Banner dan XBanner Sale Event.....	51
4.6.4	Video.....	52

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	55