

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Bagi Penulis	5
1.5.2 Bagi Pembaca	5
1.5.3 Bagi Akademis	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode yang Digunakan	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Bauran Pemasaran	10
2.2 Promosi	11
2.2.1 Tujuan Promosi	12
2.2.2 Elemen Bauran Promosi	12
2.2.3 Strategi Promosi	14
2.2.4 Proses Perencanaan Promosi	14
2.3 Periklanan (Advertising)	15
2.3.1 Tujuan Periklanan	15
2.4 Copywriting	16
2.5 Promosi Penjualan (<i>Selling Promotion</i>)	16
2.6 Brand Image	17
2.7 Brand Communication	17
2.7.1 Brand Activation	18
2.8 Media Promosi	19

2.8.1	Media Sosial.....	19
2.8.2	Influencer	20
2.9	Perilaku Konsumen	20
2.9.1	AOI (Activity, Opinion, Interest).....	21
2.10	Metode Pemasaran.....	21
2.10.1	STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	21
2.10.2	SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)	22
2.11	Perencanaan Pesan.....	23
2.11.1	Strategi Pesan (<i>What to Say</i>)	23
2.11.2	Teknik Penyampaian Pesan (<i>How to Say</i>)	24
2.11.3	AISAS	24
2.12	Desain Komunikasi Visual	25
2.12.1	Elemen Desain	25
2.12.2	Tipografi.....	27
2.13	Kerangka Teori.....	27
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		28
3.1	Data Perusahaan	28
3.1.1	Data Toko Cap Roti Buaya	29
3.1.2	Data Produk Cap Roti Buaya	32
3.1.3	Data Media Promosi Cap Roti Buaya	35
3.1.4	Data Permasalahan Cap Roti Buaya	41
3.2	Data Khalayak Sasar.....	43
3.3	Data Empirik	45
3.3.1	Data Observasi	45
3.3.2	Data Wawancara	45
3.3.3	Data Kuesioner.....	49
3.4	Data Pesaing	50
3.4.1	Mad Bagel	50
3.4.2	Seroja Bake	53
3.5	Analisis Data	54
3.5.1	Hasil Analisis Data Wawancara.....	54
3.5.2	Hasil Analisis Kuesioner.....	55
3.5.3	Hasil Analisis Matriks.....	56
3.5.4	Hasil Analisis 4P (Product, Price, Place, Promotion)	60

3.5.5	Hasil Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	61
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		63
4.1	Konsep Pesan.....	63
4.1.1	What to Say	63
4.1.2	Big Idea	64
4.2	Konsep Kreatif.....	65
4.2.1	Strategi Komunikasi.....	65
4.2.2	Strategi Visual.....	66
4.2.3	Strategi Media	66
4.2.4	Model AISAS.....	68
4.3	Konsep Visual	69
4.3.1	Gaya Visual.....	69
4.3.2	Tipografi.....	69
4.3.3	Layout	70
4.3.4	Warna	70
4.4	Media Placement	71
4.4.1	Timeline Media	71
4.4.2	Perancangan Visual.....	71
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81
DAFTAR LAMPIRAN		83