

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Yang Digunakan	6
1.6.2 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	6
1.6.3 Metode Analisis Data.....	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	9
1.8 Pembabakan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori yang Relevan	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3 Promosi	12
2.1.4 Media	13

2.1.5 UMKM	14
2.1.6 <i>Startup</i>	14
2.1.7 <i>E-Commerce</i>	15
2.1.8 Komunikasi	15
2.1.9 Periklanan	16
2.1.10 SWOT	18
2.1.11 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.12 AISAS	19
2.1.13 Desain Komunikasi Visual	20
2.2 Kerangka Teori.....	24
BAB III DATA DAN ANALISIS	25
3.1 Data Perusahaan.....	25
3.1.1 Profil Wahyoo Group.....	25
3.1.2 Visi dan Misi Wahyoo Group	26
3.1.3 Sejarah	26
3.1.4 Data Promosi Wahyoo Group.....	26
3.2 Data Permasalahan	29
3.3 Data Empirik.....	30
3.3.1 Data Observasi.....	30
3.3.2 Data Wawancara	32
3.3.3 Data Kuisisioner	33
3.4 Data Khalayak Sasaran	34
3.5 Data Kompetitor.....	37
3.6 Analisis Data Sejenis.....	40
3.6.1 Matriks Perbandingan	40
3.6.2 SWOT	42
3.6.3 Mooboard dan Referensi Visual	43
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	45
4.1 Konsep Pesan	46

4.1.1	AOI	46
4.1.2	What to Say.....	50
4.1.3	Big Idea.....	53
4.2	Konsep Kreatif	53
4.2.1	Strategi Komunikasi	53
4.2.2	Strategi Visual.....	55
4.2.3	Strategi Media.....	56
4.2.4	Model AISAS	56
4.3	Konsep Visual	57
4.3.1	Layout	57
4.3.2	Wujud.....	57
4.3.3	Colour	57
4.3.4	Font	58
4.3.5	Logo	58
4.3.6	Maskot	59
4.4	Media Placement.....	59
4.4.1	Radio dan Spotify	60
4.4.2	Print Ads di Mini Market	60
4.4.3	<i>Billboard</i>	60
4.4.4	Commercial Video (TVC dan Youtube).....	61
4.4.5	Feed Instagram dan Instagram Ads	62
4.4.6	Etalase, Meja, dan Xbanner di Warteg	63
4.4.7	Media Pelengkap.....	63
4.5	Timeline Media.....	63
BAB V PENUTUP		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		69