

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Perancangan	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Metode Analisis.....	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II.....	9
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	9
2.2 Teori Komunikasi.....	9
2.2.1 Strategi Komunikasi	10
2.3 Teori Pemasaran	10
2.4 Teori Promosi.....	11

2.4.1 Strategi Promosi.....	11
2.5 Teori <i>Advertising</i> (Periklanan).....	12
2.5.1 Tujuan Periklanan	12
2.5.2 Strategi Kreatif.....	13
2.5.3 Teori Copywriting.....	13
2.6 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.6.1 Consumer Journey	16
2.6.2 Consumer Insight.....	16
2.6.3 AIO (Activity, Interest, Opinion)	16
2.7 Teori Media	17
2.7.1 New Media.....	18
2.7.2 Tradisional Media	18
2.7.3 Social Media	18
2.8 Teori Branding	19
2.8.1 Brand Positioning	19
2.9 SWOT.....	19
2.10 AISAS	20
2.11 Teori Desain Komunikasi Visual	21
2.11.1 Unsur Visual	22
2.10 Tipografi.....	29
2.11 Layout.....	30
2.12 Kerangka Teori.....	31
BAB III.....	32
3.1 Data Perusahaan	32
3.1.1 Profil On The Way Sushi (OTW Sushi).....	32
3.1.2 Visi dan Misi On The Way Sushi (OTW Sushi).....	33

3.1.3 Data Produk	33
3.2 Data Empirik	34
3.2.1 Data Observasi.....	34
3.2.2 Data Wawancara Pengelola	35
3.2.3 Data Kuisisioner	39
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	41
3.4 Data Sejenis (Kompetitor).....	43
3.4.1 Profil Balista Sushi	43
3.4.2 Data Produk	43
3.4.3 Data Observasi	44
3.5 Analisis Data Sejenis.....	45
3.5.1 SWOT.....	45
3.5.2 Matriks Perbandingan	46
3.5.4 Matriks Penarikan Kesimpulan.....	48
4.1 Metode Perancangan	49
4.2 Konsep Pesan	50
4.2.1 Target Audiens.....	50
4.2.3 Strategi Pesan (What To Say).....	50
4.2.4 Big Idea.....	51
4.3 Konsep Kreatif	52
4.3.1 Strategi Komunikasi	52
4.3.2 Strategi Media.....	52
4.3.3 Metode AISAS.....	53
4.3.4 Timeline Model AISAS.....	54
4.4 Konsep Visual	55
4.4.2 Gaya Visual Layout	56

4.4.3 Warna.....	56
4.4.4 Tipografi	57
4.5 Media Placement.....	58
4.5.1 Attention	58
4.5.2 Interest	61
4.5.2 Search.....	62
4.5.3 Action.....	67
4.5.4 Share	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran & Limitasi	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75