

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data	6
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Self Reward	9
2.2 SPA.....	9
2.2.1 Trend SPA.....	10
2.2.2 Rumah Perawatan Kecantikan	10
2.3 Pemasaran.....	11
2.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.4.1 AIO	13
2.4.2 <i>Consumer Journey</i>	13
2.4.3 <i>Consumer Insight</i>	13
2.5 Advertising	13
2.5.1 SWOT	14
2.5.2 Copywriting	14

A. <i>Hard-sell</i>	15
B. <i>Soft-sell</i>	15
2.5.3 <i>Experiental Marketing</i>	16
2.6 Strategi Kreatif	16
2.7 Strategi Komunikasi	16
2.8 Media.....	17
2.8.1 Jenis Media	18
A. ATL (<i>Above The Line</i>)	18
B. BTL (<i>Below The Line</i>)	18
2.8.2 Strategi Media	18
AISAS.....	18
2.9 Desain Komunikasi Visual.....	19
2.9.1 Unsur-unsur Desain	19
2.9.2 Prinsip Desain	21
2.9.3 Layout	24
2.9.4 Tipografi	25
2.9.5 Multimedia.....	26
2.10 Kerangka Teori.....	27
2.11 Asumsi.....	27
BAB III DATA & ANALISIS	28
3.1 Data Institusi.....	28
3.1.1 Logo Griya Aura.....	28
3.1.2 Profil Griya Aura	28
3.1.3 Data Media Promosi Griya Aura	29
3.3 Data Empirik	33
3.3.1 Data Observasi.....	33
3.3.2 Data Wawancara	35
3.3.3 Data Kuesioner	37
3.4 Data Khalayak Sasaran.....	39
3.5 Data Kompetitor	41
3.5.1 Profil Salon Cantique.....	41
3.5.2 Profil Salon Cantik.....	42
3.6 Analisis Data Sejenis.....	43
3.6.1 SWOT	43

3.6.2 Matriks Perbandingan	45
3.6.3 Matriks Perbandingan Media Promosi	46
3.6.4 Matriks Penarikan Kesimpulan.....	49
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....	51
4. Konsep Perancangan	51
4.1 Konsep Pesan	51
4.1.1 Target Audiens	51
4.1.2 <i>Insights</i>	51
4.1.3 Strategi Pesan (<i>What to Say</i>).....	52
4.1.4 <i>Big Idea</i>	53
4.2 Konsep Kreatif	54
4.3 Konsep Media.....	54
4.3.1 Media Utama.....	56
4.3.2 Media Pendukung	56
4.3.3 Timeline Model AISAS	57
4.4 Konsep Visual	58
4.4.1 Gaya Visual Booth.....	58
4.4.2 Gaya Visual Layout Poster	59
4.4.3 Tipografi	60
4.4.4 Warna.....	61
4.5 Hasil Perancangan	62
4.5.1 Attention	62
4.5.2 Interest	63
4.5.3 Search.....	64
4.5.4 Action.....	65
4.5.5 Share.....	67
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran atau Rekomendasi	71
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN.....	xiv
Data Kuesioner	xv