

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR TABEL	5
BAB I	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Permasalahan	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Metode Penelitian	9
1.6.1 Metode yang Digunakan	9
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	10
1.6.3 Metode Analisis	11
1.7 Kerangka Penelitian	12
1.8 Pembabakan	13
BAB II	14
2.1 Promosi	14
2.1.1 Bauran Promosi	14
2.1.2 Tujuan Promosi	15
2.2 Komunikasi	16
2.3 Periklanan (<i>Advertising</i>)	17
2.4 Strategi Kreatif	18
2.5 Metode ABCD	18
2.6 Analisis SWOT	20
2.7 Target Audiens	20

2.8	Media	20
2.8.1	Jenis-Jenis Media	21
2.8.2	Media Sosial	22
2.9	Desain Komunikasi Visual	23
2.9.1	Elemen Desain	24
2.9.2	Prinsip-Prinsip Desain	24
2.9.3	Tipografi	25
2.9.4	Ilustrasi	25
2.9.5	Fotografi	26
2.9.6	Layout	26
2.9.7	Multimedia	27
2.10	Kerangka Teori	27
BAB III		28
3.1	Data Pemberi Proyek	28
3.1.1	Profil Perusahaan	28
3.1.2	Data Produk Neko Ramen	29
3.1.3	Media Sosial Neko Ramen	30
3.2	Data Permasalahan	31
3.3	Data Empirik	32
3.3.1	Data Observasi	32
3.3.2	Data Wawancara	33
3.3.3	Data Kuesioner dan Survey	34
3.4	Data Target Audiens	35
3.5	Data Kompetitor	37
3.5.1	Profil Angkringan Era	37
3.5.2	Data Produk Angkringan Era	38
3.6	Analisis Data Sejenis	38
3.6.1	Analisis SWOT	38
3.6.2	Matriks Perbandingan	40
3.6.3	Matriks Penarikan Kesimpulan	42
BAB IV		44
4.1	Konsep Perancangan	44
4.1.1	Tujuan Komunikasi	44
4.1.2	Pendekatan Komunikasi	44

4.1.3	Strategi Pesan	45
4.1.4	Strategi Kreatif	45
4.1.5	Creative Brief	46
4.1.6	Strategi Media	48
4.2	Hasil Perancangan	50
4.2.1	Logo	50
4.2.2	Short Video	51
4.2.3	Story Instagram	52
4.2.4	Instagram Feeds	52
4.2.5	Instagram Story Overlay	53
4.2.6	Merchandise	54
BAB V		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	55
Daftar Pustaka		56
LAMPIRAN		60