

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
LEMBAR PERNYATAAN.....	II
KATA PENGANTAR.....	I
ABSTRAK.....	I
<i>ABSTRACT</i>	II
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR GAMBAR.....	V
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR BAGAN.....	VIII
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.4.1 Apa.....	4
1.4.2 Siapa.....	4
1.4.3 Tempat.....	4
1.4.4 Waktu.....	4
1.4.5 Bagaimana.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Manfaat Perancangan.....	5
1. Bagi penulis.....	5
2. Bagi Juice Boss.....	5
3. Bagi Pembaca.....	5
1.7 Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis Data.....	7
1.8 Kerangka Perancangan.....	8

1.9 Pembabakan.....	9
BAB I Pendahuluan.....	9
BAB II Dasar Pemikiran.....	9
BAB III Data dan Analisis Data.....	9
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan.....	9
BAB V Penutup.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Teori Promosi.....	10
2.1.1 Tujuan Promosi.....	10
2.2 Teori Periklanan (Advertising).....	10
2.2.1 Tipe-tipe Advertising.....	11
2.3 Teori Komunikasi.....	11
2.3.1 Unsur-unsur Komunikasi.....	12
2.4 Teori Media.....	13
2.4.1 Jenis Media.....	13
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5.1 Unsur-unsur Desain.....	15
2.5.2 Prinsip Desain.....	18
2.5.3 Warna.....	20
2.5.4 Copywriting.....	21
2.5.5 Tipografi.....	22
2.5.6 Layout.....	23
BAB III.....	24
URAIAN DATA DAN ANALISIS.....	24
3.1 Data Pemberi Proyek.....	24
3.1.1 Profil Perusahaan.....	24
3.1.2 Data Toko Juice Boss.....	25
3.1.3 Data Produk.....	31
3.1.4 F.A.B (Feature, Advantage, Benefit).....	34
3.1.5 USP (Unique Selling Product).....	34
3.1.6 Media Promosi.....	35

3.2 Data Permasalahan.....	37
3.3 Data Empirik.....	40
3.3.1 Data Observasi.....	40
3.3.2 Data Wawancara.....	41
3.4 Data Kuisisioner.....	42
3.6 Data Khalayak Sasaran.....	46
3.7 Data Kompetitor.....	48
3.7.1 SMOOLY.....	48
3.7.2 Data Produk.....	48
3.7.3 Media Promosi.....	53
3.7.4 F.A.B (Feature, Advantage, Benefit).....	56
3.7.5 USP (Unique Selling Product).....	56
3.8 Analisis Data Sejenis.....	57
3.8.1 Analisis SWOT Juice Boss.....	57
3.8.2 Analisis Media ATL dan BTL.....	59
3.8.3 Kesimpulan Hasil Analisis.....	60
BAB IV.....	63
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	63
4.1 Konsep Pesan.....	63
4.1.1 Target Audiens.....	63
4.1.2 AOI.....	63
4.1.3 What To Say.....	64
4.1.4 Big Idea.....	67
4.2 Konsep Kreatif.....	67
4.2.1 Strategi Komunikasi.....	68
4.1.2 Strategi Kreatif.....	68
4.2.3 Metode AISAS.....	69
4.3 Konsep Visual.....	72
4.3.1 Layout.....	72
4.3.2 Tipografi.....	73
4.3.3 Palet Warna.....	74
4.4 Media Placement.....	74

4.4.1 Media ATL.....	74
4.4.2 Media BTL.....	75
4.4.3 Media TTL.....	75
4.5 Timeline Media.....	75
4.6 Hasil Perancangan.....	77
4.6.1 Media Yang Digunakan.....	77
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	84
1. Wawancara.....	84
2. Bukti Observasi Kedai.....	84
3. Kuisoiner.....	85