

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
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 Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Metode Analisis Data	5
1.7 Kerangka Penelitian	5
1.8 Pembabakan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Fungsi Promosi	7
2.1.2 Tujuan Promosi	8
2.1.3 Strategi Promosi	8
2.2 Periklanan	9
2.3 Iklan	9
2.3.1 Fungsi Iklan	9
2.3.2 Cakupan Iklan	9
2.3.3 Jenis-Jenis Iklan	10
2.4 Komunikasi	11

2.5 Strategi Komunikasi	11
2.6 Media	12
2.7 <i>Consumer Journey</i>	14
2.8 SWOT	14
2.9 AOI	15
2.10 AISAS	15
2.11 Desain Komunikasi Visual	15
2.12 Elemen Desain	15
2.12.1 Titik	16
2.12.2 Garis	16
2.12.3 Bidang	16
2.12.4 Tekstur	17
2.12.5 Ruang	17
2.12.6 Warna	18
2.13 <i>Layout</i>	23
2.14 <i>Copywriting</i>	26
2.15 Tipografi	26
2.16 Kerangka Teori	28
2.17 Asumsi	29
BAB III DATA & ANALISIS	30
3.1 Profil UMKM	30
3.2 Data Permasalahan	32
3.3 Data Empirik	32
3.3.1 Data Observasi	32
3.3.2 Data Wawancara	34
3.3.3 Data Kuesioner	35
3.3.4 Data <i>Target Audience</i>	42
3.3.5 AOI	43
3.3.6 <i>Consumer Journey</i>	43
3.4 Data Kompetitor	45
3.5 Data SWOT Kompetitor	48
3.6 SWOT Analisis	49

3.7 Analisis Matriks.....	52
3.7.1 Perbandingan Strategi Promosi	52
3.7.2 Matriks Penarik Kesimpulan	55
3.8 Kesimpulan.....	56
3.9 <i>What to Say</i>	58
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	59
4.1 Latar Belakang Masalah dan Solusi	59
4.2 Konsep Pesan.....	59
4.2.1 <i>Target Audience</i>	59
4.2.2 AOI.....	60
4.2.3 <i>What to Say</i>	60
4.2.4 <i>How to Say</i>	60
4.2.5 <i>Big Idea</i>	61
4.3 Konsep Kreatif.....	62
4.3.1 Strategi Komunikasi	62
4.3.2 Strategi Media.....	62
4.3.3 Model AISAS	63
4.4 Konsep Visual.....	65
4.4.1 <i>Layout</i>	66
4.4.2 Wujud 3D	67
4.4.3 Warna.....	67
4.4.4 Tipografi	68
4.4.5 Ilustrasi	68
4.5 Media Placement	68
4.5.1 Media ATL	68
4.5.2 Media BTL	68
4.5.3 <i>Timeline Media</i>	69
4.6 Hasil Peancangan.....	70
4.6.1 <i>Attention</i>	70
4.6.2 <i>Interest</i>	74
4.6.3 <i>Search</i>	77
4.6.4 <i>Action</i>	78

4.6.5 <i>Share</i>	81
4.7 <i>Rundown</i>	83
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86