

DAFTAR ISI

LEMBAR PENNGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	7
1.6.2 Metode Analisis	
1.7 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan Penelitian	10

BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori yang Relevan.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Promosi	11
A. Tujuan Promosi	11
B. Bauran Promosi.....	12
2.1.3 Periklanan.....	13
A. Strategi Periklanan	13
B. Tujuan Periklanan	14
C. Brand Awareness dan Brand Salience	14
D. Jenis-Jenis Periklanan	15
E. Strategi Kreatif.....	16
F. Teori AISAS	16
2.1.4 Copywriting	17
2.1.5 Media	17
A. Fungsi Media.....	17
B. Media Cetak	17
C. Media Layar (screen)	17
D. Media Sosial.....	18
2.1.6 Target Audiens	18
2.1.7 Ikigai	18
2.1.8 Desain Komunikasi Visual.....	18
A. Unsur-unsur Desain.....	19
B. Prinsip-Prinsip Desain.....	22
C. Tipografi.....	22
D. Layout	25
2.2 Kerangka Teori dan Asumsi.....	26

BAB III DATA DAN ANALISIS	27
3.1 Data Pemberi Proyek	27
3.1.1 Logo UD Mitra C offee.....	27
3.1.2 Profil UD Mitra Coffee	27
3.2 Data Permasalahan	29
3.3 Data Empirik	30
3.3.1 Data Observasi	30
3.3.2 Data Wawancara	32
3.3.3 Data Kuesioner.....	33
3.3.4 Data Target Audiens	33
3.4 Data Sejenis.....	36
3.4.1 Logo Lars Headquarter	36
3.4.2 Profil Lars headquarter.....	36
3.5 Analisi Data Sejenis.....	37
3.5.1 SWOT UD Mitra Coffee.....	38
3.5.2 SWOT Lars Headquarter.....	38
3.6 Analisis Matriks.....	39
3.6.1 Perbandingan Strategi Promosi	39
3.6.2 Matriks Penarikan Kesimpulan	40
3.7 What to Say atau Pesan	41
3.8 AISAS	42

BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN	43
4.1 Analisis Matriks	43
4.1.1 Statement Penjualan (Pesan)	43
4.2 Big Idea	43
4.3 Strategi Komunikasi.....	44
4.4 Strategi Visual.....	44
4.4.1 Key Visual.....	45
A. Gaya Visual.....	45
B. Warna	45
C. Tipografi.....	46
D. Layout	47
4.4.2 AISAS.....	47
A. Attention.....	47
B. Interest.....	50
C. Search.....	51
D. Action.....	56
E. Share.....	61
4.5 Timeline Media	62
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68