

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACTION	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Analisis	4
1.6 Kerangka Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Pengertian Promosi	7
2.1.2 Tujuan Promosi	7
2.1.3 Bauran Promosi	8
2.1.4 Strategi Promosi	9
2.2 Periklanan	9
2.2.1 Fungsi Periklanan	9
2.2.2 Perilaku Konsumen	10
2.2.3 Strategi Kreatif	10
2.2.4 SWOT	11

2.2.5 AISAS.....	11
2.2.6 AOI.....	12
2.2.7 Media Periklanan.....	12
2.2.7.1 Media Periklanan Digital.....	12
2.2.7.2 Media Periklanan Diluar Ruang.....	13
2.2.7.3 Media Event Promosi.....	14
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	15
2.3.1 Unsur Visual.....	15
2.3.2 Layout.....	21
2.3.3 Tipografi.....	22
2.3.4 Copywriting.....	24
2.4 Bagan Teori.....	27
BAB III.....	28
3.1 Data Perusahaan.....	28
3.2 Data Outlet.....	28
3.2.1 Profil UMKM.....	28
3.2.2 Media Promosi.....	30
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	31
3.3.1 Geografis.....	31
3.3.2 Demografis.....	31
3.3.3 Psikografis.....	31
3.3.4 AOI.....	32
3.4 Data Kompetitor.....	32
3.5 Data Empirik.....	34
3.5.1 Data Hasil Wawancara.....	34
3.5.2 Data Hasil Kuesioner.....	35
3.6 Analisis.....	36
3.6.1 Analisis Hasil Wawancara.....	36
3.6.2 Analisis Hasil Kuesioner.....	36
3.7 SWOT.....	36
3.8 Matriks Analisis Promosi.....	37
BAB IV.....	39
4.1 Konsep Perancangan.....	39

4.1.1 Konsep Strategi Promosi	39
4.1.2 Konsep Komunikasi	39
4.2 Konsep Pesan.....	40
4.2.1 Strategi Pesan <i>What To Say</i>	40
4.2.2 <i>How To Say</i>	41
4.2.3 <i>Big Idea</i>	41
4.3 Konsep Kreatif.....	41
4.3.1 Strategi Media.....	41
4.3.2 Strategi Kreatif.....	42
4.4 Konsep Visual	43
4.4.1 Referensi Visual.....	43
4.4.2 Tipografi.....	43
4.4.3 Warna.....	44
4.5 Hasil Perancangan	44
4.5.1 Media Utama	44
4.5.2 Media Cetak.....	45
4.5.3 Media Digital	46
4.5.4 Media Promosi Tidak Langsung.....	48
BAB V.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	51