

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian	3
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1.7 Kerangka Penelitian.....	6
1.8 Pembabakan	6
BAB II	8
2.1 Pengertian Strategi Promosi Pemasaran	8
2.1.1 Strategi	8
2.1.2 Promosi Pemasaran	8
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3 <i>Brand Activation</i>	12
2.4 <i>Brand Awareness</i>	13
2.5 Media Promosi.....	13
2.5.1 Strategi Pemilihan Media.....	13
2.5.2 Proses Pemilihan Media.....	14
2.5.3 Jenis-Jenis Media	14
2.6 Pengertian Pakaian.....	15
2.6.1 Fungsi Pakaian	15

2.7 Pengertian Karakter Generasi Z.....	16
2.7.1 Fashion Bagi Generasi Z.....	16
2.8 <i>Booth</i>	17
2.9 Pengertian DKV.....	17
2.9.1 Unsur Unsur DKV	18
2.10 Kerangka Teori	19
BAB III.....	20
3.1 Data.....	20
3.1.1 Data Lembaga	20
3.1.2 Data Produk.....	21
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	22
3.1.4 Data Hasil Observasi.....	22
3.1.5 Data Wawancara	24
3.1.6 Data Kuisisioner	25
3.1.8 SWOT	28
3.2 Analisis	29
3.2.1 Penarikan Kesimpulan Data Hasil Analisis	29
3.2.2 Matriks Penarikan Kesimpulan	30
BAB IV.....	31
4.1 Strategi.....	31
4.1.1 Konsep Perancangan	31
4.1.2 Strategi Komunikasi	31
4.1.3 Strategi Pesan	32
4.1.4 Strategi Kreatif.....	33
4.1.5 Konsep Visual	34
4.1.6 <i>Big Idea</i>	35
4.1.5 Rancangan Biaya.....	35
4.2 Konsep Kreatif untuk <i>Generasi Z</i>	35
4.2.1 Strategi Komunikasi.....	35
4.2.2 Strategi Visual.....	37
4.2.3 Strategi Media	38
4.2.4 AISAS	38
4.2.6 Konsep Media	39
4.2.7 Media Utama.....	40
4.2.8 Media Pendukung	40

4.3 Hasil Perancangan.....	40
4.3.1 Media <i>Attention</i>	40
4.3.2 Media <i>Interest</i>	41
4.3.3 Media <i>Search</i>	44
4.3.4 Media <i>Action</i>	45
4.3.4 Media Share	45
BAB V	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48