

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	3
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Manfaat Perancangan	4
1.6. Metodologi Penelitian	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2. Metode Analisis Data	7
1.7. Kerangka Penelitian	8
1.8. Pembabakan.....	9
1.8.1. BAB I Pendahuluan	9

1.8.2.	BAB II Landasan Teori.....	9
1.8.3.	BAB III Data dan Analisis	9
1.8.4.	BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan	9
1.8.5.	BAB V Penutup	10
BAB II LANDASAN TEORI		11
2.1.	Promosi.....	11
2.1.1.	Tujuan Promosi	11
2.1.2.	Fungsi Promosi	12
2.1.3.	Jenis Promosi	13
2.1.4.	Strategi Promosi	16
2.1.5.	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	17
2.1.6.	Strategi Kreatif	19
2.1.7.	Perilaku Konsumen	20
2.1.8.	Brand Awareness	23
2.1.9.	Media.....	24
2.2.	Desain Komunikasi Visual	27
2.2.1.	Elemen Desain Komunikasi Visual	28
2.2.2.	Tipografi.....	32
2.2.3.	Fotografi	34
2.2.4.	Layout	34
2.2.5.	<i>Copywriting</i>	35
2.2.6.	Prinsip Desain Komunikasi Visual	36
BAB III DATA DAN ANALISIS		38
3.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
3.1.1.	Profil Mie Baso Sari Rasa	38
3.1.2.	Data Produk Mie Baso Sari Rasa	39

3.1.3.	Media Sosial Mie Baso Sari Rasa	41
3.1.4.	Data Khalayak Sasaran	43
3.2.	Data Permasalahan	44
3.3.	Data Hasil Observasi	45
3.4.	Data Hasil Wawancara	46
3.5.	Data Hasil Kuesioner.....	47
3.6.	Data Kompetitor	49
3.6.1.	Mie Baso Firman.....	49
3.6.2.	Data Produk Mie Baso Firman.....	50
3.6.3.	Media Promosi Mie Baso Firman	51
3.6.4.	Baso Japri	52
3.6.5.	Data Produk Baso Japri.....	53
3.6.6.	Media Promosi Baso Japri	54
3.7.	Analisis	55
2.1.5.	Analisis SWOT	55
2.1.6.	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL	57
2.1.7.	Kesimpulan Hasil Analisis	58
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		61
2.3.	Strategi.....	61
2.3.1.	Konsep Perancangan	61
2.3.2.	Strategi Komunikasi.....	61
2.3.3.	Strategi Pesan	62
2.3.4.	Strategi Media	63
2.3.5.	Model AISAS.....	64
2.4.	Konsep Visual	65
2.4.1.	<i>Layout</i>	65

2.4.2.	Warna	66
2.4.3.	<i>Font</i>	66
2.4.4.	Referensi Visual	67
2.5.	Perancangan Visual	68
2.6.	<i>Timeline</i>	78
BAB V PENUTUP		80
5.1.	Kesimpulan.....	80
5.2.	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		85