

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.2 Ruang Lingkup	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Metode Penelitian.....	5
1.4.1. Metode Analisis Data	7
1.5 Kerangka Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Desain Komunikasi Visual	10
2.2 <i>Advertising</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Advertising</i>	11
2.3 <i>Branding</i>	12

2.3.1 Pengertian <i>Branding</i>	12
2.3.1 Pengertian <i>Brand</i>	12
2.3.2 Pengertian <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	12
2.4 Promosi.....	13
2.4.1 Pengertian Promosi	14
2.4.2 Tujuan Promosi	14
2.4.3 Manfaat Promosi	14
2.5 Strategi Kreatif	14
2.5.1 Perilaku Konsumen	15
2.5.2 AOI.....	15
2.5.3 Tipografi.....	15
2.5.4 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	16
2.5.5 Ilustrasi	17
2.5.6 Fotografi	17
2.5.7 Media Sosial	18
BAB III.....	19
DATA DAN ANALISIS DATA	19
3.1 Data Perusahaan	19
3.1.1 Profil Mines by Eva.....	19
3.1.2 Visi dan Misi Mines by Eva.....	20
3.1.3 Data Produk.....	20
3.2 Data Permasalahan	22
3.3 Data Empirik	22
3.3.1 Data Observasi	22
3.3.2 Data Wawancara Pengelola.....	23
3.3.3 Data Kuisisioner.....	27

3.3.4 Analisis Data Kuesioner.....	28
3.3.4 Data Target Audiens.....	31
3.4 Data Sejenis.....	32
3.4.1 Logo GEE Apparel.....	32
3.4.2 Profil Gee Apparel	32
3.5 Analisis Data Sejenis.....	34
3.6 Analisis Matriks	36
3.6.2 Matriks Penarikan Kesimpulan	38
3.7 What To Say atau Pesan.....	39
3.8 AISAS	40
BAB IV.....	41
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	41
4.1. Konsep.....	41
4.1.1 Konsep Perancangan	41
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	41
4.1.3 Strategi Pesan	42
4.2 Strategi Kreatif	43
4.2.1 Timeline AISAS	44
4.3 Konsep Visual	44
4.4 Hasil Perancangan	47
4.4.1 Poster Digital.....	47
4.4.2 Poster	48
4.4.3 Feeds <i>Instagram</i>	48
4.4.4 <i>Event Booth</i>	49
BAB V	51
KESIMPULAN	51