

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
BAB I.....	8
PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang	8
1.2 Permasalahan.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Ruang Lingkup.....	10
1.4 Tujuan Perancangan	10
1.5 Manfaat Perancangan	11
1.6 Metode Penelitian.....	12
1.6.1 Metode Yang Digunakan	12
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	12
1.6.3 Metode Analisis	13
1.7 Kerangka Penelitian	15
1.8 Pembabakan	16
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Promosi.....	18
2.1.1 Bauran Promosi.....	20
2.1.2 Digital Marketing	20
1. Brand	21
2.2.1 Brand Awareness	21
2. Perilaku Konsumen.....	21
2.3.1 AOI (Activities, Opinions, Interest).....	22
1. Model Pemasaran.....	22
2.5.1 SWOT	22
2.5.2 AISAS.....	23
2.5.3 STP	23

2.5.4	5W + 1H	23
2.6.1	Desain Komunikasi Visual	24
1.	<i>New Media</i>	26
2.7.1	Media Sosial.....	26
BAB III.....		28
URAIAN DATA DAN HASIL ANALIS		28
3.1	Data Hasil Survey.....	28
A.	Profil	28
B.	Profil.....	29
C.	Visi dan Misi.....	29
3.2	Data Objek.....	29
A.	Konten Visual	29
3.3	Data Sasaran.....	30
3.4	Data Visual, Wawancara dan Kuisioner	30
3.5	Hasil Analisis.....	33
3.5.1	Analisis SWOT	33
3.5.2	Analisis 5W+1H	33
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		35
4.1.1	Strategi Promosi.....	35
4.1.2	Strategi Kreatif.....	36
4.2	Konsep Visual.....	38
4.3	Perancangan Promosi Kolega Barbershop.....	40
BAB V PENUTUP.....		43
5.1	Kesimpulan.....	43
5.2	Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA		44