

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 <i>Latar Belakang</i> .....	1
1.2 <i>Permasalahan</i> .....	3
1.2.1    Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2    Rumusan Masalah .....	3
1.3 <i>Ruang Lingkup</i> .....	3
1.4 <i>Tujuan Perancangan</i> .....	4
1.5 <i>Manfaat Perancangan</i> .....	4
1.5.1    Bagi Akademis .....	4
1.5.2    Bagi Penulis.....	4
1.5.3    Bagi Perusahaan .....	4
1.6 <i>Metode Penelitian</i> .....	5
1.6.1    Metode Pengumpulan Data .....	5
1.7 <i>Metode Analisis</i> .....	7
1.8 <i>Kerangka Penelitian</i> .....	8
1.9 <i>Pembabakan</i> .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1 <i>Promosi</i> .....	10
2.1.1    Tujuan Promosi .....	10
2.1.2    Fungsi Promosi.....	11
2.1.3    Bauran Promosi .....	12
2.1.4    Strategi Promosi .....	13
2.1.5    Event Marketing .....	14
2.2 <i>Periklanan</i> .....	14
2.2.1    Fungsi Periklanan .....	15
2.2.2    Perilaku Konsumen .....	15
2.2.3    Media Periklanan.....	16
2.2.3.1    Ambient Media.....	16
2.2.4    Strategi Kreatif .....	17

2.2.5	Produk Benefit.....	17
2.2.6	SWOT .....	17
2.2.7	AOI.....	18
2.2.8	AISAS .....	18
2.3	<i>Desain Komunikasi Visual</i> .....	19
2.3.1	Unsur-Unsur DKV .....	19
2.3.2	Aspek-Aspek Dalam DKV .....	20
2.4	<i>Media</i> .....	21
2.4.1	Sosial Media.....	21
2.5.	<i>Bagan Teori</i> .....	23
<b>BAB III DATA OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	<i>Data Produk</i> .....	24
3.1.1	Sejarah UMKM .....	24
3.1.2	Profile UMKM .....	25
3.2	<i>Data Target Audience</i> .....	28
3.3	<i>Data Kompetitor</i> .....	30
3.3.1	<i>Data Pesaing dan Media Sejenis</i> .....	30
3.3.2	Analisis Matriks Perbandingan.....	33
3.4	<i>Data Hasil Kuesioner</i> .....	35
3.5	<i>Analisis</i> .....	39
3.5.2	Hasil Analisis Data Observasi .....	39
3.5.3	Hasil Analisis Data Wawancara .....	40
3.5.4	Hasil Analisis Kuesioner .....	41
3.5.5	Penarikan Kesimpulan.....	42
<b>BAB IV KONSEP &amp; HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>44</b>
4.1	<i>Konsep dan Hasil Perancangan Pesan</i> .....	44
4.1.1	<i>Strategi Pesan</i> .....	44
4.1.2.	Strategi Kreatif .....	45
4.2.	<i>Konsep Perancangan Media Visual</i> .....	48
4.2.1.	Perencanaan Media.....	48
4.2.2.	Media yang digunakan .....	48
4.3.	<i>Big Idea</i> .....	49
4.4.	<i>Konsep Visual</i> .....	50
4.4.2.	Hasil Perancangan Visual.....	53
<b>BAB V.....</b>		<b>67</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>		<b>67</b>
<b>5.2 Saran .....</b>		<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>70</b>