

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
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	7
1.7 Kerangka penelitian	8
1.8 Pembabakan.....	9
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Bauran Pemasaran	10
2.1.2 Prinsip 4P.....	10
2.2 Promosi	11
2.2.1 Bauran Promosi	12
2.2.2 Fungsi Promosi	12
2.2.3 Tujuan Promosi.....	13
2.2.4 Integrasi Promosi	13
2.2.5 Promosi Penjualan	13
2.3 <i>Brand</i> (Merek)	13
2.3.1 <i>Brand Identity</i>	13
2.3.2 <i>Brand Awareness</i>	14
2.4 Perilaku Konsumen.....	15
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.4.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15

2.4.3 AIO	16
2.5 Komunikasi.....	16
2.5.1 Strategi Komunikasi	17
2.5.2 Pendekatan Strategi Kreatif	17
2.5.3 Tujuan Komunikasi dalam Periklanan.....	18
2.6 Periklanan	18
2.6.1 Jenis Iklan	19
2.6.2 Strategi Kreatif.....	20
2.6.3 Strategi Pesan	21
2.6.4 Media Iklan	22
2.7 Media	23
2.8 Desain Komunikasi Visual	26
2.8.2 Prinsip-prinsip Desain	31
BAB III	34
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	34
3.1 Data UMKM Galleraj	34
3.1.1 Profil Perusahaan	34
3.1.2 Struktur Organisasi Galleraj	35
3.1.3 Data Produk	35
3.1.3 Visi dan Misi	36
3.1.4 Sejarah Perusahaan	37
3.1.5 Media Promosi.....	37
3.2 Data Permasalahan.....	39
3.3 Data Empirik.....	39
3.3.1 Data Observasi.....	39
3.3.2 Data Wawancara	40
3.3.2 Data Kuesioner	41
3.4 Data Khalayak Sasaran	45
3.5 Data Kompetitor	47
3.5.1 Toko Milkan	47
3.6 Analisis Data Sejenis	51
3.6.1 Analisis SWOT Gallery Rajut	51
3.6.2 Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	53
3.6.3 Matriks Penarikan Kesimpulan.....	54
BAB IV	57

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	57
4.1 Metode Perancangan.....	57
4.1.1 Latar Belakang Masalah dan Solusi.....	57
4.1.2 Konsep Perancangan.....	57
4.2 Strategi Komunikasi	58
4.2.1 Tujuan Komunikasi	58
4.2.2 Pendekatan Komunikasi	58
4.2.3 Gaya Persuasi.....	58
4.3 Strategi Pesan	59
4.3.1 Konsep Pesan (<i>Big Idea</i>)	59
4.4 Konsep Kreatif.....	60
4.4.1 Strategi Kreatif (<i>Big Idea</i>)	60
4.3.2 Konsep Media.....	61
4.3.3 Konsep Visual.....	63
4.3.4 Konsep Warna	63
4.3.5 Konsep Font.....	64
4.3.6 Konsep Layout.....	64
4.4 Strategi Media.....	65
4.4.1 Media Utama	65
4.4.2 Media Pendukung	67