

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Cara Pengumpulan Data & Analisis	5
a. Observasi	5
b. Wawancara.....	5
c. Studi Pustaka	5
d. Kuesioner	6
a. Analisis Matriks	6
b. Analisis Swot	6
c. Analisis Data	6
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Brand Awareness	9
2.2 Teori Pemasaran.....	10

2.3 Strategi Pemasaran	11
2.4 Bauran Pemasaran	13
2.5 Media Promosi	13
2.6 Media Sosial.....	15
2.7 Media Digital A. Instagram	16
B. Tiktok	16
C. Youtube	16
D. Twitter	17
E. Facebook.....	17
2.8 Fungsi Media Sosial	17
2.9 Periklanan.....	18
A. Brosur	19
B. Kartu Nama	20
C. Banner.....	20
D. Merchandise	21
a. Attention.....	22
b. Interest.....	23
c. Search	23
d. Action.....	23
e. Share.....	24
2.13 Fotografi.....	24
2.14 Desain Komunikasi Visual (DKV)	25
A. Titik	25
B. Garis	25
C. Bidang.....	26
D. Tekstur.....	26
E. Ruang.....	27

F. Warna	27
2.14.2 Elemen Desain Grafis	30
1. Keseimbangan	30
2. Irama	31
3. Penekanan	31
4. Kesatuan.....	32
2.14.3 Tipografi.....	32
A. Serif.....	33
B. Sans Serif.....	33
BAB III.....	38
URAIAN DAN ANALISIS DATA	38
Bidang usaha : Caffe Shop.....	38
A. Tempat Penjualan.....	41
A. Segmenting.....	44
B. Targeting.....	45
A. Warung Rindang Bamboe	45
A. Kopi Sultan.....	49
B. Menu dan Produk	49
A. Wardita	51
B. Menu dan Produk Wardita.....	52
3.6 Data Hasil Kuesioner	57
3.10 Media Promosi yang digunakan.....	81
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	88
4.1 Konsep Pesan	88
4.2 Konsep Kreatif	89
4.3 Konsep Media	89
4.4 Stategi AISAS	92

4.5 Konsep Visual	93
4.6 Konsep Bisnis.....	96
A. Banner	99
B. Kartu Nama.....	99
C. Brosur	100
D. Marchandise	101
4.8 Media Digital.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	104
1. Sketsa Perancangan.....	104
Ucapan Terima Kasih.....	108