

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Metode Analisis	6
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 <i>Branding</i>	9
2.2 <i>Brand Identity</i>	9
2.3 Strategi Positioning	11
2.4 <i>Brand Awareness</i>	12
2.5 Media	12
2.5.1 Media Sosial	13
2.5.2 Media Digital.....	13
2.6 Komunikasi	14
2.7 Promosi	14
2.8 Desain Komunikasi Visual	15

2.8.1	Visual	15
2.8.2	Warna	15
2.8.3	Tipografi	16
2.8.4	Copywriting.....	16
2.8.5	Fotografi dan Ilustrasi	16
2.9	Kerangka Teori dan Asumsi.....	17
BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY DAN ANALISIS		18
3.1	Data	18
3.1.1	Data Perusahaan.....	18
3.1.2	Data Produk.....	19
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	21
3.1.4	Data Observasi	23
3.1.5	Data Hasil Wawancara.....	24
3.1.6	Data Hasil Kuesioner.....	26
3.1.7	Data Pesaing dan Media Sejenis	28
3.2	Analisis	30
3.2.1	Hasil Analisis Data Observasi.....	30
3.2.2	Hasil Analisis Data Wawancara.....	30
3.2.3	Hasil Analisis Data Kuesioner	31
3.2.4	Analisis Matriks Perbandingan	31
3.2.5	Penarikan Kesimpulan.....	33
BAB IV HASIL PERANCANGAN		35
4.1	Konsep Pesan	35
4.1.1	AOI.....	36
4.1.2	<i>What to Say</i>	37
4.1.3	<i>Big Idea</i>	37
4.2	Konsep Kreatif.....	37
4.2.1	Strategi Komunikasi	38
4.2.2	Strategi Media	38
4.2.3	Model AISAS.....	38
4.3	Konsep Visual.....	40

BAB V PENUTUP.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	53