

## DAFTAR ISI

<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Permasalahan.....</b>	<b>3</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
<b>1.3 Ruang Lingkup .....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>4</b>
1.5.1 Bagi Akademi .....	4
1.5.2 Bagi Penulis .....	4
1.5.3 Bagi Perusahaan .....	4
<b>1.6 Metode Penelitian .....</b>	<b>4</b>
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.2 Analisis .....	6
<b>1.7 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.8 Pembabakan.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Teori.....</b>	<b>10</b>
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Promosi .....	10
2.1.4 Tujuan Promosi.....	10
2.1.5 <i>Advertising</i> .....	11
2.1.6 <i>Event Marketing</i> .....	11
2.1.7 Media .....	11
2.1.8 Media Sosial .....	12
2.1.9 Desain Komunikasi Visual .....	12
2.1.10 Desain .....	13
2.1.12 <i>Copywriting</i> .....	14
2.1.13 Layout .....	14
2.1.14 Tipografi .....	14
<b>2.7 Bagan Teori.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Data Perusahaan.....</b>	<b>16</b>
3.1.1 Sejarah Perusahaan .....	16
3.1.1.1 Sejarah UMKM.....	16
3.1.1.2 Profile UMKM.....	16
3.1.2 Data Produk .....	17
3.1.3 Data Khalayak Sasaran .....	19
3.1.4 Data Hasil Observasi.....	19
3.1.5 Data Hasil Wawancara.....	20
3.1.6 Data Hasil Kuesioner .....	21
3.1.7 Data Pesaing dan Media Sejenis.....	24
<b>3.2 Analisis .....</b>	<b>25</b>

3.2.1 Hasil Analisis Data Observasi .....	25
3.2.2 Hasil Analisis Data Wawancara .....	26
3.2.3 Hasil Analisis Kuesioner .....	26
3.2.4 Analisis Matriks Perbandingan .....	27
3.2.5 Penarikan Kesimpulan .....	29
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Latar Belakang Masalah Dan Solusi .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 Konsep Pesan .....</b>	<b>31</b>
4.2.1 Target Audiens.....	31
4.2.2 AOI .....	32
4.2.3 What to Say.....	33
<b>4.3 Big Idea.....</b>	<b>33</b>
<b>4.4 Strategi Kreatif.....</b>	<b>34</b>
4.4.1 Strategi Komunikasi .....	34
4.4.2 Strategi Visual.....	34
4.4.3 Strategi Media.....	35
4.4.4 Model AISAS .....	35
<b>4.5 Konsep Visual .....</b>	<b>36</b>
4.5.1 Gaya Visual.....	36
4.5.2 Typography.....	36
4.5.3 Warna.....	36
4.5.4 Vidio Iklan Produk.....	37
<b>4.6 Media Placement.....</b>	<b>37</b>
4.6.1 Instagram Feeds .....	37
4.6.2 <i>Event</i> .....	38
4.6.3 X Benner .....	39
4.6.4 Poster .....	39
4.6.5 Merchandise.....	40
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>41</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>41</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>41</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>