

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
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	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis Data	5
1.6 Kerangka Perancangan	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II	8
Dasar Pemikiran	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 Teori Pemasaran	8
2.1.3 Promosi	10
2.1.4 Periklanan (<i>Advertising</i>)	11
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	15
2.1.6 Media Promosi Online	16
2.1.7 Strategi AISAS	18
2.1.8 Teori Desain Komunikasi Visual (DKV)	19
2.1.9 Batik Cirebon	31
2.2 Kerangka Teori dan Asumsi	34
2.3 Asumsi	35
BAB III	36
Data dan Analisis	36
3.1 Data Perusahaan	36
3.1.1 Sejarah Perusahaan	36
3.1.2 Data Perusahaan Sejenis	41
3.1.3 Data Hasil Observasi	45
3.1.4 Data Hasil Wawancara	49
3.1.4 Data Hasil Kuesioner	51
3.2 Analisis Data	57
3.2.1 Hasil Analisis Data Khalayak Sasaran	57
3.2.2 Data Hasil Observasi	58
3.2.3 Hasil Analisis Data Wawancara	58
3.2.4 Hasil Analisis Data Kuesioner	59
3.2.5 Hasil Analisis Data Usaha dan Media Sejenis	60
3.2.6 Kesimpulan Data Hasil Analisis	64
BAB IV	66
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	66
4.1 Konsep Pesan	66

4.2 Konsep Kreatif.....	67
4.3 Konsep Visual.....	67
4.4 Konsep Media.....	72
4.5 Hasil Perancangan.....	75
BAB V.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89