

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL DAN BAGAN.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.2 Perumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika penulisan	7
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	9

2.1.1 Rangkuman Teori / Konsep Dasar	9
2.1.1.1 Komunikasi	9
2.1.1.2 Komunikasi Massa	11
2.1.1.3 Media Sosial	12
2.1.1.4 Desain Komunikasi Visual	14
2.1.1.5 Komunikasi Pemasaran	19
2.1.1.6 Strategi Pemasaran	21
2.1.1.7 Analisis SWOT	25
2.1.1.8 Strategi Pesan	27
2.1.1.9 Stretagi Media (Instagram)	29
2.1.1.10 Model AIDA	29
2.1.1.11 Teori Tata Letak / Layout dan Golden Ratio	32
2.1.1.12 Teori <i>Cognitive Load Theory & Graphic for Learning</i>	33
2.1.2 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Kerangka Penelitian	39
2.3 Asumsi Penelitian	41
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	43
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Karakteristik Penelitian	44
3.2 Variabel Objek	45
3.3 Tahapan Penelitian	45
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.5 Pengumpulan Data	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	48

3.7 Teknik Analisis Data	49
--------------------------------	----

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
----------------------------------------------	-----------

4.1 Karakteristik Responden	50
-----------------------------------	----

4.1.1 Internal	50
----------------------	----

4.2.2 Eksternal	51
-----------------------	----

4.2 Hasil Penelitian	52
----------------------------	----

4.2.1 Hasil Wawancara Mendalam (In Depth Interview)	52
-----------------------------------------------------------	----

4.2.2 Komunikasi Pemasaran	54
----------------------------------	----

4.2.3 Strategi Pemasaran	56
--------------------------------	----

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	59
---------------------------------------	----

4.3.1 Hasil Analisis STP	59
--------------------------------	----

4.3.2 Strategi <i>Adaptive Positioning</i>	61
--------------------------------------------------	----

4.3.2.1 Analisis Kompetitor	62
-----------------------------------	----

4.3.2.2 Strategi Pesan dan Media	63
----------------------------------------	----

4.3.2.3 Analisis SWOT	66
-----------------------------	----

4.3.2.4 Konsep Visual Desain	71
------------------------------------	----

4.3.2.5 Implementasi Model AIDA	75
---------------------------------------	----

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN	80
-----------------------------------	-----------

5.1 Kesimpulan	80
----------------------	----

5.2 Saran	82
-----------------	----

5.2.1 Aspek Praktis	82
---------------------------	----

5.2.2 Aspek Teoritis	82
----------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88