

<i>Kata Pengantar</i>	5
<i>Abstract</i>	7
<i>DAFTAR ISI</i>	7
<i>Daftar Tabel</i>	11
<i>BAB I</i>	13
1.1 Latar belakang.....	13
1.2 Permasalahan.....	15
1.3 Ruang Lingkup.....	16
1.5 Manfaat Perancangan.....	17
1.6 Metode Perancangan.....	17
2. Studi Pustaka.....	18
3. Observasi.....	18
4. Wawancara.....	18
1. SWOT.....	19
2. AOI.....	19
1.7 Kerangka Penelitian.....	21
1.8 Pembabakan.....	22
<i>BAB II</i>	23
2.1 Jamu sebagai Tradisi Kesehatan.....	23
2.2 Gaya Hidup Sehat.....	24
2.3. Brand.....	25
2.3 Citra Merek.....	26
2.4 Teori Kreatif.....	27
2.5 Teori Strategi Kreatif.....	27
2.6 Komunikasi.....	27

2.7 Media	34
2.8 Campaign	34
2.9 Segmenting.....	35
2.10 Targeting	35
a. <i>Undifferentiated targeting strategy</i>	35
b. <i>Differentiated targeting strategy</i>	36
2.12 Periklanan.....	36
BAB III	39
3.1 Data Profil	39
3.2 Data Produk.....	42
a) <i>Feature</i>	42
b) <i>Advantage</i>	42
c) <i>Benefit</i>	42
3.3 Pemasaran	43
3.4 Data Khalayak Sasaran	45
3.5 Data Visual.....	48
3.5 Analisis Matriks SWOT	49
3.6 Data Produk Sejenis	50
a. <i>Djampi Sayah</i>	50
b. <i>Rempah Karsa</i>	51
3.7 Data Wawancara	51
3.9 Data Hasil Kuesioner	52
3.10 Data Observasi	55
3.11 Kesimpulan Hasil Analisis	55
BAB IV	59
4.2 Konsep Visual.....	66
4.3 Hasil Perancangan.....	68
BAB V	75

5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78