

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>2</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>4</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>5</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>8</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>9</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>9</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>12</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>13</b>
<b>1.4 Ruang Lingkup</b> .....	<b>13</b>
<b>1.5 Tujuan Perancangan</b> .....	<b>14</b>
<b>1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data</b> .....	<b>14</b>
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	14
1.6.2 Metode Analisis.....	15
<b>1.7 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>17</b>
<b>1.8 Pembabakan</b> .....	<b>18</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1 Komunikasi</b> .....	<b>19</b>
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	19
<b>2.2 Promosi</b> .....	<b>20</b>

2.2.1 Fungsi Promosi.....	20
2.2.2 Strategi Promosi.....	21
<b>2.3 Periklanan .....</b>	<b>22</b>
2.3.1 Fungsi Periklanan.....	23
2.3.2 Jenis Periklanan.....	23
2.3.3 Copywriting.....	24
<b>2.4 Perilaku Konsumen .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.1 AOI.....</b>	<b>24</b>
<b>2.5 Metode Analisis.....</b>	<b>24</b>
<b>2.5.1 SWOT.....</b>	<b>24</b>
<b>2.6 Media .....</b>	<b>25</b>
2.6.1 Above The line (ATL).....	25
2.6.2 Below The Line (BTL).....	25
2.6.3 Media Pasif.....	26
2.6.4 Media Aktif .....	26
2.6.5 Booth Exhibition .....	26
2.6.6 Event Musiman .....	27
2.6.7 Media Luar Ruang.....	27
2.6.8 Poster Digital.....	27
2.6.9 Konten Media Sosial .....	27
2.6.10 AISAS.....	27
<b>2.7 Unsur Desain Komunikasi Visual .....</b>	<b>28</b>
2.7.1 Tipografi.....	28
2.7.2 <i>Layout</i> .....	30
<b>2.8 Kerangka Teori .....</b>	<b>35</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 Data.....</b>	<b>36</b>
3.1.1 Data Perusahaan .....	36
3.1.2 Data Produk.....	37

3.1.3 Data Platform Media Sosial .....	38
3.1.4 Data Khalayak Sasaran.....	41
3.1.5 Data Kompetitor.....	46
3.1.6 Data Observasi .....	49
3.1.7 Data Wawancara .....	50
3.1.8 Data Kuesioner .....	51
<b>3.2 Analisis.....</b>	<b>52</b>
3.2.1 Analisis Perbandingan.....	52
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>4.1 Konsep Pesan .....</b>	<b>56</b>
4.1.1 <i>Selling Statement</i> .....	56
<b>4.2 Konsep Kreatif.....</b>	<b>57</b>
4.2.1 <i>Big Idea</i> .....	57
4.2.2 Strategi Komunikasi.....	58
<b>4.3 Konsep Media .....</b>	<b>58</b>
4.3.1 AISAS .....	58
4.3.2 Strategi Media .....	60
<b>4.4 Konsep Visual .....</b>	<b>61</b>
4.4.1 Moodboard .....	61
4.4.2 Key Visual.....	62
<b>4.5 Hasil Perancangan .....</b>	<b>63</b>
<b>4.6 Perkiraan Anggaran Kegiatan Promosi .....</b>	<b>68</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>69</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>69</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>