

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	1
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Cara Pengumpulan Data.....	4
1.5.1. Metode Penelitian.....	4
1.5.2. Metode Analisis.....	6
1.6. Kerangka Penelitian	8
1.7. Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1. Promosi	10
2.2. Media Promosi	10
2.2.1. <i>Above The Line</i> (ATL).....	11
2.2.2. <i>Below The Line</i> (BTL)	11
2.2.3. <i>Through The Line</i> (TTL).....	11
2.3. <i>Brand Activation</i>	11
2.4. Media Sosial.....	12
2.5. Periklanan.....	12
2.6. Strategi Kreatif.....	12
2.6.1. Strategi Komunikasi/Pesan	13
2.7. Gen Z.....	13
2.8. Desain Komunikasi Visual	14
2.8.1. Layout	14
2.8.2. Tipografi.....	14
2.8.3. Warna	15
2.8.4. Komposisi	15
2.9. Kerangka Teori.....	16
BAB III DATA DAN ANALISIS	17
3.1. Data Object.....	17

3.1.1.	Ingredients & Harga	17
3.1.2.	Feature.....	18
3.1.3.	Advantage	18
3.1.4.	Benefit.....	18
3.1.5.	USP Product	18
3.1.6.	Target Audience.....	18
3.2.	Data Khalayak Pasar	18
3.2.1.	Segmentasi	18
3.2.2.	Targeting.....	19
3.2.3.	Positioning	19
3.3.	Data Hasil Observasi.....	19
3.3.1.	Promosi Sebelumnya.....	22
3.4.	Data Perbandingan Kompetitor.....	23
3.4.1.	Salonpas Koyo	23
3.4.2.	Koyo Cabe.....	24
3.5.	Data Hasil Wawancara	25
3.6.	Data Hasil Kuisioner	26
3.7.	Data Analisis	35
3.7.1.	Analisis Kompetitor	35
3.7.2.	Analisis SWOT	36
3.7.3.	Analisis Matriks Perbandingan	37
3.8.	Consumer Journey.....	39
3.9.	Kesimpulan	40
3.10.	Rangkuman	41
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		42
4.1.	Konsep Perancangan	42
4.2.	Konsep Komunikasi	42
4.2.1.	Tujuan Komunikasi	42
4.2.2.	Pendekatan Komunikasi.....	43
4.3.	Strategi Pesan.....	43
4.3.1.	Target Audience.....	43
4.3.2.	Strategi Pesan (<i>What To Say</i>)	44
4.3.3.	Big Idea	44
4.4.	Strategi Kreatif.....	45

4.4.1. Metode AISAS	45
4.4.2. Eksekusi Kreatif	46
4.5. Strategi Komunikasi	47
4.5.1. Gaya Bahasa	47
4.5.2. Gaya Emosional	48
4.5.3. AISAS	48
4.6. Strategi Media	49
4.7. Strategi Visual	50
4.7.1. Refrensi Visual	50
4.7.2. Refrensi Booth	51
4.7.3. Tipografi	52
4.7.4. Warna	53
4.8. Hasil Perancangan	53
4.8.1. <i>Attention</i>	53
4.8.2. <i>Interest</i>	61
4.8.3. <i>Search</i>	67
4.8.4. <i>Action</i>	68
4.8.5. <i>Share</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran dan Rekomendasi	75
Daftar Pustaka	76