

DAFTAR ISI

BAB I	11
1.1 LATAR BELAKANG	11
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	13
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	14
1.4 RUANG LINGKUP	14
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	14
1.6 CARA PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS	14
1.6.1 METODE PENGUMPULAN DATA	15
1.6.2 METODE ANALISIS DATA	16
1.7 KERANGKA PENELITIAN	18
1.8 PEMBABAKAN	20
BAB II.....	21
2.1 PROMOSI.....	21
2.1.1 TUJUAN PROMOSI	21
2.1.2 MANFAAT PROMOSI.....	22
2.1.3 FUNGSI PROMOSI	23
2.1.4 STRATEGI PROMOSI	23
2.1.5 MEDIA PROMOSI	27
2.2 VISUALISASI RANCANGAN MEDIA PROMOSI	31
2.2.1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	31
2.2.2 UNSUR-UNSUR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	31
2.2.3 PRINSIP-PRINSIP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	36
2.2.4 ELEMEN VISUAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	41

2.3	BENTUK VISUALISASI MEDIA PROMOSI.....	47
2.3.1	MEDIA CETAK	47
2.3.2	MEDIA DIGITAL	48
2.4	KERANGKA TEORI	50
BAB III		51
3.1	DATA PERUSAHAAN	51
3.2	DATA PRODUK VITACAPS.....	52
3.3	DATA KOMPETITOR	54
3.3.1	ELLIPS HAIR VITAMIN	54
3.3.2	MIRANDA.....	55
3.4	ANALISIS PERBANDINGAN MEDIA	56
3.5	DATA WAWANCARA.....	59
3.6	DATA KUISIONER	62
3.7	CONSUMER JOURNEY	67
3.7.1	ANALISIS AOI KONSUMER 1	67
3.7.2	ANALISIS AOI KONSUMER 2	67
3.7.3	ANALISIS AOI KONSUMER 3	68
3.8	ANALISIS SWOT PERBANDINGAN.....	69
3.9	ANALISIS MATRIKS PROMOSI PERBANDINGAN.....	71
3.10	DATA KHALAYAK SASARAN.....	73
3.10.1	DATA DEMOGRAFIS	74
3.10.2	DATA GEOGRAFIS	74
3.10.3	DATA PSIKOGRAFIS	74
BAB IV		75

4.1	KONSEP	75
4.1.1.	KONSEP PERANCANGAN	75
4.1.2.	KONSEP KOMUNIKASI.....	75
4.1.3.	STRATEGI PESAN	76
4.2.	STRATEGI KREATIF.....	77
4.3.	KONSEP VISUAL	79
4.3.1	REFERENSI VISUAL.....	79
4.3.2	TIPOGRAFI	80
4.4.	HASIL PERANCANGAN	82
4.4.1	AMBIENT MEDIA	82
4.4.2	FILTER	83
4.4.3	KONTEN FEEDS.....	85
4.4.4	POSTER	89
4.4.5	VIDEO POSTER.....	90
4.4.6	DENAH EVENT	92
4.4.7	IN-STORE POSTER	95
4.4.8	360 PHOTOBOOTH.....	96
4.4.9	GOT YOUR LUCK!	97
4.4.10	MERCHANDISE	98
BAB V	101
5.1	KESIMPULAN	101
5.2	SARAN.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106