

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup/Batasan Penelitian	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.7.2 Metode Analisis Data	6
1.8 Kerangka Penelitian.....	7
1.9 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori <i>Brand</i>	9
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	9
2.2 Pemasaran.....	10
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	10
2.2.2 BMC	12
2.3 Teori Promosi	13
2.4 Teori Media.....	16
2.4.1 Fungsi Media.....	16
2.4.2 Jenis Media	17
A. Teori Media Sosial.....	18

B.	Teori Media Cetak.....	18
2.5	Teori Desain Komunikasi Visual	19
i.	Warna	20
ii.	Tipografi.....	21
iii.	Ilustrasi	23
iv.	Layout	24
2.6	SWOT	28
2.7	AISAS	29
2.8	Kerangka Teori.....	31
2.9	Asumsi	31
BAB III	DATA DAN ANALIS.....	32
3.1	Data.....	32
3.1.1	Data Perusahaan	32
3.1.2	Data Pesaing	37
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	43
3.1.4	Data Observasi	44
3.1.5	Data Wawancara.....	46
3.1.6	Data Kuesioner	49
3.2	Analisis Data	58
3.2.1	Analisis Data Pesaing.....	58
3.2.2	Analisis Data Khalayak	61
3.2.3	Analisis Data Observasi.....	61
3.2.4	Analisis Data Wawancara	61
3.2.5	Analisis Data Kuesioner	62
3.2.6	Analisis SWOT	63
3.3	Penarikan Kesimpulan.....	64
BAB IV	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	67
4.1	Konsep Perancangan.....	67
4.1.1	Konsep Pesan.....	67
4.1.2	Konsep Kreatif	67
4.1.3	Konsep Visual.....	68
4.1.4	Konsep Media	72
4.1.5	Konsep Media	75
4.2	Hasil Perancangan.....	76

4.2.1	Supergrafis.....	76
4.2.2	Media Identitas.....	76
4.2.3	Website.....	77
4.2.4	Media Sosial.....	81
4.2.5	Media Cetak.....	84
4.2.6	Media Lainnya.....	84
BAB V KESIMPULAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	86
Daftar Pustaka.....		88
Lampiran		92