

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	2
KATA PENGANTAR.....	3
ABSTRAK	4
<i>ABSTRACT</i>	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	12
5.1 <i>Latar Belakang Masalah</i>	12
5.2 <i>Permasalahan</i>	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.2 Rumusan Masalah.....	18
5.3 <i>Ruang Lingkup</i>	18
5.4 <i>Tujuan Perancangan</i>	18
5.5 <i>Manfaat Perancangan</i>	19
5.6 <i>Metode Penelitian</i>	19
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	19
5.7 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	20
1.7.1 Wawancara.....	20
2.7.1 Studi Pustaka.....	20
3.7.1 Kuisisioner.....	21
4.7.1 Observasi	21
5.8 <i>Metode Analisis</i>	21
5.9 <i>Kerangka Perancangan</i>	23
5.10 <i>Pembabakan</i>	24
BAB II LANDASAN TEORI	25
2.1 <i>Copywriting</i>	25
2.3 <i>Brand</i>	25
2.4 <i>Brand Awareness</i>	26
2.5 <i>Promosi</i>	27
2.4.1 Pengertian Promosi.....	27
2.4.2 Fungsi Promosi.....	27
2.4.3 Tujuan Promosi.....	28
2.4.4 Bauran Promosi.....	28

2.6	<i>Strategi Kreatif</i>	29
2.6.1	Analisis AISAS	29
2.6.2	Analisis SWOT	30
2.6.3	Analisis AOI	30
2.7	<i>Media</i>	31
2.7.1	Pengertian Media	31
2.7.2	Kelompok Media.....	31
2.7.3	Media Sosial.....	31
2.7.4	Media Cetak	32
2.7.5	GoScreen.....	33
2.8.1	<i>Pengertian Desain Komunikasi Visual</i>	33
2.8.2	<i>Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual</i>	33
2.8.3	<i>Layout</i>	35
2.9	<i>Kerangka Teori</i>	36
BAB III DATA DAN ANALISIS		37
3.1	<i>Data</i>	37
3.1.1	Profil Perusahaan.....	37
3.1.2	Data Produk Perusahaan	38
3.1.3	Media Sosial Perusahaan.....	41
3.1.4	Data Permasalahan	46
3.1.5	Data Observasi	47
3.1.6	Data Kuesioner.....	48
3.1.7	Data Wawancara.....	52
3.1.8	Data Kompetitor	53
3.2	<i>Analisis Data</i>	54
3.2.1	Analisis Matriks SWOT	54
3.2.2	Analisis Matriks Perbandingan Media	56
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN		58
5.1	<i>Strategi</i>	58
4.1.1	Strategi Pesan	59
4.1.2	Strategi Kreatif.....	60
4.1.3	Strategi Visual	63
4.1.4	Strategi Media	67
5.2	<i>Hasil Perancangan</i>	68
4.2.1	Media Utama	68
4.2.2	Media Pendukung	69
BAB V PENUTUP		77
5.1	KESIMPULAN	77

5.2	SARAN	77
	DAFTAR PUSTAKA.....	78