

## Daftar Isi

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 LATAR BELAKANG .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 PERMASALAHAN .....</b>	<b>12</b>
1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH.....	12
1.2.2 RUMUSAN MASALAH.....	12
<b>1.3 RUANG LINGKUP .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
<b>1.5 MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
<b>1.6 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
1.6.1 METODE YANG DIGUNAKAN.....	14
1.6.2 METODE PENGUMPULAN DATA .....	14
<b>1.7 KERANGKA PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
<b>1.8 PEMBABAKAN.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 BRANDING .....</b>	<b>17</b>
2.1.1 STRATEGI BRANDING.....	17
<b>2.2 ADVERTISING.....</b>	<b>18</b>
2.2.1 FUNGSI PERIKLANAN .....	18
<b>2.3.COPYWRITINGI .....</b>	<b>19</b>
2.3.1 TUJUAN COPYWRITING.....	19
2.3.2 UNSUR COPYWRITING.....	20
<b>2.4 MEDIA .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 TEORI DESAIN .....</b>	<b>23</b>
2.5.1 VISUAL.....	23
2.5.2 WARNA TEORI DESAIN .....	24

2.5.3 LAYOUT.....	24
<b>BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 DATA PRODUK.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 TARGET AUDIENS .....</b>	<b>28</b>
3.2.1 KUESIONER.....	29
3.2.2 SEGMENTASI PASAR .....	29
3.2.3 WAWANCARA KONSUMEN .....	33
<b>3.3 KOMPETITOR .....</b>	<b>34</b>
3.3.1 DATA KOMPETITOR .....	34
3.3.2 ANALISIS SWOT .....	36
3.3.3 MATRIKS PERBANDINGAN BRANDING.....	37
<b>BAB IV URAIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1 STRATEGI PESAN .....</b>	<b>41</b>
4.1.1 KONSEP .....	41
4.1.1.1 TUJUAN KOMUNIKASI.....	41
4.1.1.2 GAYA BAHASA .....	41
4.1.2 HASIL PESAN .....	42
<b>4.2 VISUAL MEDIA .....</b>	<b>42</b>
4.2.1 KONSEP.....	42
<b>4.3 HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>