

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
HALAMAN PERNYATAAN.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABLE.....	XI
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Penelitian.....	8
1.7 PEMBABAKAN.....	9
BAB II.....	10
2.1 Teori Substantif.....	10
2.1.1 Media.....	10
2.1.2 Media Sosial.....	10
2.1.3 Promosi.....	12
2.1.4 Branding.....	14
2.1.5 Strategi Media AISAS.....	15
2.1.6 Desain Komunikasi Visual (DKV).....	17
2.2 Teori Analisis.....	20
2.2.1 Analisis Matriks Perbandingan.....	20
2.2.2 Analisis SWOT.....	20

2.2.4	Kerangka Teori.....	22
2.2.5	Asumsi	22
BAB III	23
3.1	DATA.....	23
3.1.1	Data Objek.....	23
	24
3.1.2	Data Khalayak Pasar	24
3.1.3	Data Observasi.....	25
3.1.4	Data Pesaing	29
3.1.5	Data Hasil Wawancara.....	34
3.1.6	Data Hasil Kuisisioner.....	38
3.2	ANALISA DATA	45
3.2.1	Rangkuman Data Objek Penelitian.....	45
3.2.2	Analisis Data Khalayak Pasar	45
3.2.3	Analisis Hasil Observasi	45
3.2.4	Analisis Data Pesaing.....	46
3.2.5	Analisis Hasil Wawancara	48
3.2.6	Analisis Hasil Kuisisioner	48
3.2.7	Analisis SWOT	48
3.2.8	Matrixs SWOT dan kesimpulan	50
3.2.9	Rangkuman Analisis.....	52
BaAB IV	55
4.1	Konsep Perancangan	55
4.1.1	Konsep Pesan.....	55
4.1.2	Konsep Kreatif	57
4.1.3	Konsep Visual	58
4.1.4	Konsep Media	60
4.2	Hasil Perancangan	62
4.2.1	Media Online	62
4.2.2	Media <i>Cetak</i>	64
BAB V	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran.....	71

5.2.1 Saran Untuk Oyami.....	71
5.2.2 Saran Untuk Penelitian selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	74