

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Cara pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Yang Digunakan	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.3 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Tujuan Promosi	10
2.1.2 Bauran Promosi	11

2.2	Periklanan.....	12
2.2.1	Strategi Kreatif	12
2.2.2	Tujuan Periklanan	14
2.3	Perilaku Konsumen	14
2.4	Media	15
2.4.1	Klasifikasi Media	15
2.5	Keunggulan Produk.....	16
2.6	Desain Komunikasi Visual.....	16
2.6.1	Unsur-unsur DKV	16
2.7	Tipografi.....	19
2.8	Layout	20
2.9	Ilustrasi.....	20
2.10	Bagan Teori.....	21
BAB III DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN.....		22
3.1	Data perusahaan	22
3.1.1	Profil Perusahaan	22
3.1.2	Produk Greenfields Fresh Milk.....	23
3.1.3	Sosial Media.....	23
3.2	Data Empirik	24
3.2.1	Data Wawancara	24
3.2.2	Data Observasi	25
3.2.3	Data Khalayak Sasaran	27
3.2.4	Hasil Survei Target Audiens	28
3.3	Data Kompetitor.....	29
3.4	Analisis SWOT	30
3.5	Matriks	31
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN		33
4.1	Strategi	33

4.1.1	Strategi Pesan	33
4.1.3	Strategi Visual.....	36
4.1.4	Strategi Media	38
4.2	Hasil Perancangan.....	39
4.2.1	Attention.....	39
4.2.2	Interest.....	41
4.2.3	Search.....	41
4.2.4	Action.....	42
4.2.5	Share.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		45
5.1.	Kesimpulan	45
5.2	Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA		46