

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
BAB 1	13
1.1 Latar Belakang Masalah.....	13
1.2 Permasalahan.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.2.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Ruang Lingkup.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	16
1.6 Kerangka Penelitian	18
1.7 Pembabakan	19
BAB II.....	20
2.1 Perangkat Komputer.....	20
2.2 Brand	21
2.2.1 Pengertian Brand.....	21
2.2.2 Karakteristik Brand.....	21
2.3 Branding	22
2.3.1 Pengertian Branding.....	22
2.3.2 Fungsi dan Tujuan Branding.....	23
2.3.3 Jenis Jenis Branding.....	23
2.4 Periklanan.....	24
2.5 Media Promosi	25
2.5.1 Pengertian Media	25
2.5.2 Definisi Media Promosi.....	25
2.5.3 Macam-macam bentuk media promosi	26
2.6 Perilaku Konsumen	26
2.7 Strategi Kreatif	29
2.8 Strategi AISAS.....	29
2.9 Analisis SWOT	30
2.10 Desain Komunikasi Visual.....	30
2.10.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	30

BAB III	38
3.1 Data Perusahaan	38
3.2 Data Produk.....	38
3.2.1 Feature, Advantage, Benefit	39
3.2.2 Unique Selling Point.....	39
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	40
3.3.1 Segmentasi Geografis	40
3.3.2 Segmentasi Demografis	40
3.3.3 Segmentasi Psikografis	40
3.3.4 AOI (Activity, Opinion, Interest).....	41
3.4 Data Empirik	42
3.4.1 Data Hasil Observasi.....	42
3.4.3 Data Hasil Kuesioner	44
3.5 Data Kompetitor.....	46
3.5.1 Analisis Data.....	47
3.6 Analisis Matriks Perbandingan	48
3.7 Analisis SWOT	49
3.8 Penarikan Kesimpulan.....	50
BAB IV	52
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	52
4.1 Strategi	52
4.1.1 Strategi Pesan.....	53
4.1.2 Strategi Kreatif.....	54
4.1.3 Strategi Visual.....	55
4.1.4 Strategi Media.....	56
4.1.5 Media Pendukung	57
4.2 Hasil Perancangan	59
4.2.1 Media Utama.....	59
4.2.2 Media Pendukung	60
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66