

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	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 Penelitian	4
1.5 Cara Pengumpulan Data & Analisis.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis Data	5
1.6 Kerangka Penelitian.....	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Promosi	10

2.1.1 Tujuan Promosi	10
2.1.2 Fungsi Promosi	11
2.1.3 Media Promosi	12
2.1.4 Strategi Promosi	13
2.1.5 Bauran Promosi	13
2.2 Periklanan	14
2.2.1 Tujuan Periklanan	15
2.3 Perilaku Konsumen	16
2.4 AOI (Activity, Opinion, Interest)	16
2.5 Strategi Media AISAS	17
2.6 Desain Komunikasi Visual	18
2.6.1 Warna	18
2.6.2 Tipografi	19
2.6.3 Ilustrasi	19
2.6.4 Layout	20
2.6.5 Garis	20
2.7 Identitas Budaya	20
2.7.1 Identitas Budaya Suku Sasak Lombok	20
2.8 Kerangka Teori	22
2.8.1 Asumsi	22
BAB III	23
URAIAN DAN ANALISIS DATA	23
3.1 Data Perusahaan	23
3.1.1 Profile Perusahaan	23
3.1.2 Data Produk	25
3.1.3 Data Platform Media Sosial	26

3.2 Data Target Audiens	29
3.2.1 Data Khalayak Sasar	29
3.2.2 Data Hasil Observasi	32
3.2.3 Data Hasil Wawancara Tokoh Adat	35
3.2.4 Data Hasil Kuesioner	36
3.3 Data Kompetitor	45
3.3.1 Uraian Data	45
3.4 Analisis Data	50
3.4.1 Analisis SWOT	50
3.4.2 Analisis Matrix Perbandingan	51
3.5 Kesimpulan	52
BAB IV	53
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	53
4.1 Strategi	53
4.1.1 Konsep Perancangan	53
4.1.2 Strategi Pesan	53
4.1.3 Strategi Kreatif	55
4.1.4 Konsep Visual	58
4.2 Hasil Perancangan	60
4.2.1 Desain Kemasan	60
4.2.2 Desain Super Grafis (Elemen Desain)	62
4.2.3 <i>Attention</i>	63
4.2.4 <i>Interest</i>	65
4.2.5 <i>Search</i>	66
4.2.6 <i>Action</i>	67
4.2.7 <i>Share</i>	70

BAB V.....	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72