

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR & TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Sumber Data Primer	4
1.6.1 Metode Analisis Data	5
1.7 Kerangka Penelitian	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Media.....	10
2.2.1 Media Sosial	10
2.2.1.1 Jenis-Jenis Media Sosial.....	10
2.3 Promosi.....	15
2.3.1 Bauran Promosi	16
2.3.2 Strategi Promosi	17
2.3.3 Tujuan Promosi.....	18
2.3.4 Fungsi Promosi.....	19
2.4 Media Promosi	19
2.5 Periklanan.....	20

2.6	AISAS	20
2.7	<i>Branding</i>	21
2.8	Jenis Jenis <i>Branding</i>	23
2.9	<i>Brand Awareness</i>	24
2.10	Teori Desain Komunikasi Visual (DKV).....	24
2.11	Kerangka Teori.....	39
2.12	Asumsi.....	40
BAB III DATA DAN ANALISIS		41
3.1	Data	41
3.1.1	Data Primer.....	41
1.	Profil Perusahaan	41
2.	Profil Produk Sejenis	44
3.	Observasi.....	48
4.	Produk Sejenis	49
5.	Wawancara.....	51
6.	Kuesioner	56
3.1.2	Data Sekunder.....	61
3.2	Analisis Data	63
3.2.1	Analisis Data Observasi.....	63
3.2.2	Analisis Data Produk Sejenis	64
3.2.3	Analisis Data Wawancara.....	65
3.2.4	Analisis Kuesioner.....	65
3.3	Kesimpulan Analisis Data.....	65
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....		67
4.1	Konsep Perancangan	67
4.2	Konsep Kreatif	69
4.3	Konsep Visual	70
5.1	Konsep Pesan	75
5.2	Konsep Perancangan	75
5.3	Strategi Media (AISAS).....	77
5.4	Hasil Perancangan	77
5.4.1	Media Promosi	77

5.5	Media Cetak	82
5.6	<i>Merchandising</i>	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		93