

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR .....	9
DAFTAR TABEL .....	10
Abstrak.....	11
Abstract.....	12
BAB I.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Permasalahan .....	16
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	16
1.2.2 Rumusan Masalah.....	16
1.2.3 Ruang Lingkup.....	17
1.3 Tujuan Perancangan.....	19
1.4 Manfaat Perancangan.....	20
1.5 Metode Penelitian .....	21
1.6 Metode Pengumpulan data dan Analisis Data.....	22
1.6.1 Pengumpulan Data: .....	22
1.6.2 Analisis Data: .....	24
1.7 Kerangka Penelitian.....	27
1.8 Pembabakan .....	28
BAB II.....	30
2.1 Brand.....	30
2.1.1 <i>Brand Awareness</i> .....	30
2.1.2 <i>Brand Experience</i> .....	31
2.2 Promosi .....	32
2.2.1 Pengertian Promosi .....	32
2.2.2 Jenis Jenis Promosi .....	33
2.2.3 Tujuan Promosi .....	34

2.2.4	Bauran Promosi.....	35
2.3	Periklanan .....	35
2.3.1	Pengertian Periklanan .....	35
2.3.2	Efektifitas Iklan.....	36
2.3.3	Strategi Kreatif Periklanan.....	36
2.4	Perilaku Konsumen ( <i>Human Behavior</i> ).....	37
2.4.1	Pengertian .....	37
2.4.2	Faktor yang mempengaruhi .....	38
2.4.3	Target Audience .....	39
2.5	Media .....	39
2.5.1	Media Sosial.....	39
2.5.2	Integrated Media .....	40
2.5.3	Klasifikasi Media.....	40
2.6	Copywriting .....	40
2.6.1	Consumer Insight .....	41
2.7	Tipograpy .....	41
2.7.1	Pengertian .....	41
2.7.2	Klasifikasi .....	42
2.7.3	Pedoman Penggunaan Huruf.....	43
2.8	Visual .....	44
2.9	Desain Komunikasi Visual.....	44
2.9.1	Unsur – Unsur Desain Komunikasi Visual .....	45
2.9.2	Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	49
2.10	SWOT .....	50
2.11	AOI .....	51
2.12	AISAS .....	52
2.13	Kerangka Teori.....	53
BAB III	.....	54
3.1	Data Profil.....	54
3.1.1	Sejarah Perusahaan .....	54
3.1.2	Profil Perusahaan .....	56

3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	56
3.2	Data Produk .....	57
3.2.1	Daftar Harga.....	58
3.2.2	Feature, Advantage, Benefit (FAB).....	59
3.2.3	Unique Selling Point .....	61
3.3	Social Media .....	62
3.3.1	Instagram.....	62
3.3.2	Facebook .....	63
3.3.3	Twitter .....	63
3.3.4	Tiktok .....	64
3.3.5	Youtube .....	65
3.3.6	Website.....	66
3.4	Data Khalayak Sasaran .....	66
3.4.1	Demografis.....	66
3.4.2	Psikografis.....	66
3.4.3	Geografis.....	67
3.5	Analisis AOI.....	67
3.5.1	Data diri .....	67
3.5.2	Activity .....	68
3.5.3	Opinion .....	68
3.5.4	Interest.....	69
3.6	Data Empirik.....	69
3.6.1	Data Observasi .....	69
3.6.2	Data Kuesioner.....	70
3.6.3	Data Wawancara.....	76
3.7	Analisis Data Kompetitor.....	80
3.7.1	Analisis Matriks SWOT .....	82
3.7.2	Analisis Matiks Perbandingan Media .....	83
3.7.3	Analisis AISAS .....	84
3.8	Kesimpulan .....	86
BAB IV	.....	88

4.1	Konsep Perancangan .....	88
4.1.1	Tujuan Komunikasi .....	89
4.1.2	Pendekatan Komunikasi .....	89
4.2	Konsep Pesan .....	90
4.3	Big Idea .....	91
4.4	Konsep Kreatif .....	92
4.4.1	Metode AISAS .....	92
4.4.2	Timeline AISAS .....	95
4.5	Konsep Visual .....	96
4.5.1	Visual Khalayak Sasaran .....	96
4.5.2	Referensi Visual .....	97
4.5.3	Tipografi .....	99
4.5.4	Warna .....	100
4.6	Rencana Anggaran Biaya .....	101
4.7	Konsep Media .....	102
4.8	Hasil Perancangan .....	108
BAB V	.....	120
5.1	Kesimpulan .....	120
5.2	Saran dan Rekomendasi .....	120