

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
TUGAS AKHIR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 USULAN GAGASAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Permasalahan .....	4
1.2.1    Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2    Rumusan Masalah.....	4
1.3    Ruang Lingkup.....	4
1.4    Tujuan Perancangan.....	4
1.5    Metodologi Penelitian.....	5
1.5.1    Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2    Analisis Data.....	5
1.6    Kerangka Penelitian.....	7
1.7    Pembabakan .....	8
1.7.1    BAB I.....	8
1.7.2    BAB II.....	8
1.7.3    BAB II.....	8
1.7.4    BAB IV .....	8

1.7.5	BAB V .....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI .....		9
2.1	Promosi .....	9
2.1.1	Tujuan Promosi.....	9
2.1.2	Bauran Promosi.....	10
2.1.3	Fungsi Promosi .....	12
2.1.4	Manfaat Promosi.....	12
2.1.5	Strategi Promosi.....	13
2.2	Iklan Tematik .....	13
2.3	Periklanan (Advertising).....	13
2.3.1	Strategi Pesan.....	14
2.3.2	Strategi Kreatif.....	14
2.4	Metode Analisis .....	14
2.4.1	SWOT .....	15
2.4.2	AISAS .....	15
2.4.3	AOI .....	16
2.5	Perilaku Konsumen.....	16
2.6	Copywriting .....	16
2.7	Media .....	17
2.7.1	Media Digital .....	18
2.7.2	Media Sosial.....	18
2.7.3	Media Cetak.....	18
2.8	Desain Komunikasi Visual .....	19
2.8.1	Tipografi .....	19
2.8.2	Warna.....	19
2.8.3	Ilustrasi.....	20
2.8.4	Layout .....	20

2.8.5	Logo .....	20
2.8.6	Desain Kemasan.....	20
2.9	Visualisasi Promosi.....	20
2.9.1	X-Banner.....	21
2.9.2	Kemasan.....	21
2.9.3	Bilboard.....	21
2.9.4	Spanduk.....	22
2.10	Kerangka Teori .....	23
<b>BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>		<b>24</b>
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	24
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek .....	24
3.1.2	Profil Perusahaan .....	24
3.1.3	Data Produk .....	25
3.1.4	Media Sosial Perusahaan .....	26
3.1.5	Data Khalayak Sasaran .....	30
3.1.6	Segmenting .....	31
3.1.7	<i>Targeting</i> .....	32
3.1.8	<i>Positioning</i> .....	32
3.2	Data Permasalahan.....	33
3.3	Data Hasil Observasi.....	33
3.4	Data Hasil Wawancara.....	35
3.4.1	Narasumber Pertama.....	36
3.4.2	Narasumber Kedua.....	37
3.5	Data Hasil Kuesioner .....	38
3.6	Data Kompetitor.....	41
3.6.1	Lemongrass Turmeric Ginger Tea .....	41
3.6.2	Teh TongTji Tematik Ginger Tea.....	42

3.7	Analisis .....	44
3.7.1	Analisis SWOT .....	44
3.7.2	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	48
3.7.3	Kesimpulan Hasil Analisis.....	49
BAB 4 STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN .....		53
4.1	Tahapan Perancangan Iklan Tematik.....	53
4.1.1	Big Idea ( <i>What to Say</i> ).....	53
4.1.2	<i>How to Say</i> .....	54
4.1.3	<i>Budgeting</i> .....	55
4.2	Tahapan Perancangan Visual.....	56
4.2.1	Gaya Visual.....	56
4.2.2	Iklan Tematik .....	57
4.2.3	Visual Poster .....	57
4.2.4	Visual Poster Promo .....	58
4.2.5	<i>Packaging</i> .....	58
4.2.6	Tipografi .....	58
4.2.7	Warna.....	59
4.2.8	Strategi Kreatif.....	60
4.2.9	Metode AISAS.....	60
4.3	Srategi Media .....	62
4.4	Hasil Perancangan.....	62
4.4.1	Media Utama.....	63
4.4.2	<i>Attention</i> .....	63
4.4.3	Interest.....	66
4.4.4	Search.....	70
4.4.5	Action.....	71
4.4.6	Share .....	74

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77