

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Identifikasi Masalah.....	3
1. 3 Rumusan Masalah.....	4
1. 4 Ruang Lingkup.....	4
1. 5 Tujuan Perancangan.....	4
1. 6 Manfaat Perancangan.....	4
1. 7 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	5
1. 7. 1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1. 7. 2 Metode Analisis Data.....	6
1. 8 Kerangka Penelitian	8
1. 9 Pembabakan	9
BAB I Pendahuluan	9
BAB II Landasan Teori.....	9
BAB III Data.....	9
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan	9
BAB V Penutup	9
Daftar Pustaka.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2. 1 Promosi	10
2. 1. 1 Bauran Promosi.....	10
2. 2 Periklanan	13
2. 2. 1 Fungsi Iklan	13
2. 2. 2 Tujuan Periklanan	14

2. 2. 3 Strategi Kreatif Periklanan.....	14
2. 3 <i>Brand</i>	15
2. 3. 1 <i>Brand Awareness</i>	16
2. 4 <i>Brand Activation</i>	18
2. 4. 1 Tahapan <i>brand activation</i>	20
2. 5 <i>Event</i>	21
2. 6 Komunikasi.....	23
2. 7 Media	24
2. 7. 1 Media Cetak	25
2. 7. 2 Media Digital	25
2. 7. 3 Media Periklanan	25
2. 8 Target Audiens	26
2. 8. 1 Market Research	27
2. 8. 2 Perilaku Konsumen.....	28
2. 8. 3 Consumer Insight.....	29
2. 8. 4 Consumer Journey	30
2. 9 Desain Komunikasi Visual.....	30
2. 9. 1 <i>Layout</i>	32
2. 9. 2 Warna	33
2. 9. 3 Copywriting	37
2. 9. 4 Tipografi.....	37
2. 9. 5 Ilustrasi.....	39
2. 9. 6 Fotografi.....	39
2. 10 Bagan Kerangka Teori	40
BAB III DATA & ANALISIS MASALAH	41
3. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
3. 1. 1 Profil Perusahaan	41
3. 1. 2 Data Produk	42
3. 1. 3 Media Sosial Perusahaan	44
3. 1. 4 Data Khalayak Sasaran	47
3. 2 Data Permasalahan.....	49
3. 3 Data Hasil Observasi.....	50
3. 4 Data Hasil Wawancara	56

3. 5 Data Hasil Kuesioner	57
3. 6 Data Kompetitor.....	64
3. 6. 1 Coffee Fitz	64
3. 6. 2 Kapal Api Less Sugar.....	66
3. 7 Analisis.....	69
3. 7. 1 Matriks Perbandingan Media.....	69
3. 7. 2 Analisis SWOT	70
3. 7. 3 Kesimpulan Hasil Analisis.....	71
3. 8 Kesimpulan Analisis	72
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....	73
4. 1 Strategi.....	73
4. 1. 1 Strategi Perancangan.....	73
4. 1. 2 Strategi Pesan.....	75
4. 1. 3 Strategi Kreatif.....	75
4. 1. 4 Strategi Visual	78
4. 1. 5 Strategi Media	80
4. 2 Hasil Perancangan.....	82
4. 2. 1 Logo Event.....	82
4. 2. 2 Attention.....	82
4. 2. 3 Interest.....	84
4. 2. 4 Search.....	86
4. 2. 5 Action.....	87
4. 2. 6 Share	92
BAB V PENUTUP.....	93
5. 1 Kesimpulan	93
5. 2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	100