

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.4 Ruang Lingkup</b> .....	4
<b>1.5 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis</b> .....	5
<b>1.6.1 Cara Pengumpulan Data</b> .....	5
<b>1.6.2 Metode Analisis Data</b> .....	6
<b>1.7 Kerangka Penelitian</b> .....	8
<b>1.8 Pembabakan</b> .....	9
<b>BAB II</b> .....	10
<b>2.1 Promosi</b> .....	10
<b>2.1.1 Tujuan Promosi</b> .....	10
<b>2.1.2 Strategi Promosi</b> .....	11
<b>2.1.3 Bauran Promosi</b> .....	13
<b>2.2 Periklanan</b> .....	14
<b>2.2.1 Fungsi Periklanan</b> .....	14
<b>2.3 Brand Activation</b> .....	15
<b>2.3.1 Strategi Brand Activation</b> .....	17
<b>2.4 Brand Awareness</b> .....	18
<b>2.5 Brand Experience</b> .....	20

2.6 Perilaku Konsumen .....	21
2.6.1 Faktor Penting yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.7 Copywriting .....	24
2.8 Media.....	24
2.8.1 Klasifikasi Media.....	25
2.8.2 Media Sosial.....	26
2.9 Desain Komunikasi Visual .....	27
2.9.1 Prinsip Desain.....	27
2.9.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....	28
2.10 Kerangka Teori .....	30
2.11 Asumsi.....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Data .....</b>	<b>31</b>
3.1.1 Data Perusahaan .....	31
3.1.2 Data Produk .....	34
3.1.3 Data FAB (Feature, Advantage, Benefit).....	35
3.1.4 Data USP (Unique Selling Point) .....	36
3.1.5 Data Khalayak Sasaran.....	36
3.1.6 Data Social Media .....	37
3.1.7 Data Hasil Observasi .....	38
3.1.8 Data Hasil Wawancara .....	39
3.1.9 Data Hasil Kuesioner.....	42
3.1.10 Data Kompetitor Sejenis .....	44
<b>3.2 Analisis Data.....</b>	<b>47</b>
3.2.1 Analisi Data Hasil Observasi .....	47
3.2.2 Analisis Data SWOT .....	48
3.2.3 Analisi AOI (Attention, Opinion, Interest).....	49
3.2.4 Analisi AISAS.....	51
3.2.5 Analisis Matriks Perbandingan Media .....	54
<b>3.3 Rangkuman .....</b>	<b>54</b>
3.3.1 Rangkuman Hasil Observasi.....	54
3.3.2 Rangkuman Hasil Wawancara .....	55
3.3.3 Rangkuman Hasil Kuesioner .....	56

<b>3.3.4 Rangkuman Hasil Perbandingan .....</b>	<b>57</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>58</b>
<b>4.1 Strategi.....</b>	<b>58</b>
<b>4.1.1 Strategi Pesan/Komunikasi .....</b>	<b>58</b>
<b>4.1.2 Strategi Kreatif.....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.3 Strategi Visual .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1.4 Strategi Media .....</b>	<b>64</b>
<b>4.2 Hasil Perancangan .....</b>	<b>67</b>
<b>4.2.1 Media Utama .....</b>	<b>67</b>
<b>4.2.1 Media Pendukung .....</b>	<b>69</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>79</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>79</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>