

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Permasalahan .....	2
1.2.1    Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2    Rumusan Masalah .....	3
1.3    Ruang Lingkup .....	4
1.4    Tujuan Penelitian .....	5
1.4.1    Manfaat Penelitian.....	5
1.5    Metode Penelitian .....	6
1.5.1    Metode Pengumpulan Data .....	7
1.5.2    Metode Analisis Data .....	8
1.6    Kerangka Penelitian.....	9
1.7    Pembabakan.....	10
BAB II.....	11
2.1    Strategi Promosi.....	11
2.2    Komunikasi.....	11
2.2.1    Jenis Komunikasi .....	12
2.3    Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	13
2.3.1    Tujuan Periklanan.....	13
2.4 <i>Brand</i> .....	14
2.5 <i>Brand Activation</i> .....	15
2.5.1 <i>Promotional Event</i> .....	15
2.6 <i>Brand Awareness</i> .....	16
2.7    Desain Komunikasi Visual.....	16

2.7.1	<i>Copywriting</i> .....	18
2.7.2	<i>Layout</i> .....	18
2.7.3	Tipografi.....	19
2.7.4	Komposisi.....	19
2.8	Produk.....	19
2.9	Analisa SWOT.....	20
2.10	AOI.....	20
2.11	Target Audiens.....	21
2.12	Media.....	22
2.12.1	Jenis Media.....	22
BAB III	.....	24
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek.....	25
3.1.2	Profil Perusahaan.....	25
3.1.3	Data Produk.....	28
3.1.4	FAB.....	29
3.1.5	Tantangan pengembangan produk ;.....	30
3.1.6	Analisis SWOT pada Brand Supermi.....	31
3.2	Analisis Kompetitor.....	32
3.2.1	Struktur Organisasi ICBP ;.....	33
3.3	Media Sosial Perusahaan.....	34
3.3.1	Instagram.....	35
3.3.2	Youtube.....	38
3.3.3	Tiktok.....	41
3.3.4	Website.....	43
3.4	Data Khalayak Sasaran.....	46
3.4.1	Demografis.....	46
3.5	Analisis AISAS.....	48
3.5.1	<i>Positioning</i> :.....	49
3.5.2	<i>USP (Unique Selling Point)</i> :.....	49
3.5.3	Analisis PDB ( <i>Positioning, Diferensiasi, Brand</i> ) :.....	49
3.6	Analisa Produk.....	50
3.6.1	Brand: <i>Visual Image</i> dari brand Supermi Nutrimi <i>Product</i> :.....	51

3.8	Data Permasalahan Permasalahan Umum .....	56
3.8.1	Permasalahan Khusus .....	58
3.8.2	Permasalahan DKV .....	58
3.9	Data Hasil Observasi .....	59
3.10	Data Hasil Wawancara .....	62
3.11	Data Hasil Kuesioner .....	65
3.12	Analisis Perbandingan SWOT Kompetitor.....	79
3.12.1	Data Kompetitor.....	79
3.13	Analisis .....	80
3.13.1	Analisis SWOT.....	80
3.13.2	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL .....	81
3.13.3	Kesimpulan Hasil Analisis .....	82
BAB IV.....		83
4.1	Strategi.....	83
4.1.1	Strategi Pesan / Komunikasi Penetapan Ide Besar.....	83
4.1.2	Strategi Kreatif .....	84
4.1.3	Strategi Visual .....	85
4.1.4	Strategi Media .....	86
4.2	Dokumen Pribadi, 2024 .....	86
4.2.1	Instagram.....	86
4.2.2	Media Luar Ruang .....	88
4.2.3	<i>Merchandise</i> .....	92
4.2.4	Lokasi dan tempat Pelaksanaan Event Masak .....	95
4.2.5	Sketsa Maket Event.....	97
BAB V.....		100
DAFTAR PUSTAKA .....		102