

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	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	5
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis Data	6
1.6 Kerangka Perancangan	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Definisi Promosi	10
2.1.2 Tujuan Promosi.....	10
2.1.3 Alat-Alat Promosi.....	11
2.1.4 Iklan (Advertising).....	12
2.1.5 Target Pasar	14

2.1.5	Brand Awareness	15
2.2	Visualisasi Promosi.....	18
2.2.1	Media Promosi.....	18
2.2.1	Iklan Televisi	20
2.2.2	Desain Komunikasi Visual	28
2.3	Kerangka Teori.....	33
2.4	Asumsi.....	33
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA		34
3.1	Produk	34
3.1.1	Uraian Data Produk	34
3.1.2	Analisis Data Produk	40
3.2	Target Audiens.....	43
3.2.1	Uraian Data Target Audiens	43
3.2.2	Analisis Data Target Audiens (AOI)	44
3.3	Kompetitor	46
3.3.1	Uraian Data Kompetitor.....	46
3.3.2	Analisis Data Kompetitor	52
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		54
4.1	Konsep Perancangan	54
4.1.1	Big Idea.....	54
4.1.2	Strategi Pesan.....	54
4.1.3	Model AISAS	55
4.1.4	Timeline AISAS	57
4.1.5	Konsep Visual.....	57
4.2	Proses Perancangan.....	60
4.2.1	Pra Produksi.....	60
4.2.2	Produksi	67
4.2.3	Paska Produksi.....	69
4.3	Hasil Perancangan	72

4.3.1 Hasil Perancangan Media Utama.....	72
4.3.2 Hasil Perancangan Media Pendukung	75
BAB 5 PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	88