

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>i</i>
<i>LEMBAR PERNYATAAN</i>	<i>i</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xi</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data	8
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.2 Metode Analisis Data	9
1.6 Kerangka Penelitian	12
1.7 Pembabakan	13
<i>BAB II</i>	<i>14</i>
<i>LANDASAN TEORI</i>	<i>14</i>

2.3.....	<i>Brand Awareness</i>	22
2.4.....	Event Experience	24
2.5.....	Media	24
2.5.1	Jenis Media	25
2.6.....	Desain Komunikasi Visual	26
<i>BAB III</i>		36
<i>DATA & ANALISIS</i>		36
3.1	Data Objek Penelitian	36
3.1.1	Data Perusahaan	36
3.1.2	Uraian Data Produk	37
3.2	Data Khalayak Sasaran	50
3.2.1	Segmentasi	50
3.2.2	Consumer Journey	51
3.2.3	AOI (Activity, Opinion, Interest)	53
3.3	Pengumpulan Data	54
3.3.1	Observasi	54
3.3.2	Wawancara	54
3.3.3	Kuisisioner	55
3.4	Kompetitor	60
3.5	Analisis	63
3.5.1	SWOT	63
3.5.2	Matriks Perbandingan	64
3.7	Kesimpulan Hasil Analisis	66

<i>BAB IV</i>	67
<i>Konsep perancangan</i>	67
<i>BAB V</i>	91
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	91