

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	III
DAFTAR GAMBAR.....	V
DAFTAR TABLE	VII
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
KATA PENGANTAR.....	X
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data	4
1.7 Kerangka Penelitian.....	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Promosi	8
2.1.1 Tujuan Promosi	8
2.2 Strategi Promosi.....	9
2.2.1 Bauran Promosi	10
2.3 Periklanan	11
2.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
2.3.1 Jenis – Jenis Iklan.....	12
2.4 Media	13
2.4.1 Copywriting.....	13
2.4.2 Tipografi.....	19
2.4.3 Layout.....	19
2.4.4 Iklan.....	20
2.4.5 Packaging	21
2.4.6 OOH (Out of Home)	22
2.5 Desain Komunikasi Visual	23
BAB III URAIAN DATA DAN ANALISI	29
3.1 Data Profil.....	29
3.1.1 Uraian Data Produk.....	30
3.1.2 Analisis Data Produk.....	37
3.1.3 SWOT.....	42
3.2 Target Audience.....	42
3.2.1 Segmentasi	42
3.2.2 Wawancara bersama Marketing PT Surya Pratista Utama	43
3.2.3 Wawancara Bersama Target Audience	44
3.2.4 Consumer Journey	45

3.2.5 Analisis AOI.....	45
3.2.6 Hasil Kuesioner	46
3.3 Kompetitor	51
3.3.1 Mie Gaga	51
3.3.2 Mie Richeese	52
BAB IV KONSEP DAN STRATEGI PESAN	55
4.1 Strategi Pesan.....	55
4.1.1 Konsep pesan.....	55
4.1.2 Strategi Kreatif	56
4.1.3 AISAS	61
4.2 Konsep Visual.....	64
4.2.1 Referensi Visual Desain	65
4.2.2 Tipografi.....	66
4.2.3 Palet warna	67
4.3 Konsep Visual Media.....	68
4.4 Media Utama.....	68
4.5 Media Pendukung	69
4.5.1 Media Cetak	69
4.6 Hasil Perancangan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87