

DAFTAR ISI

PERANCANGAN KAMPANYE PERIKLANAN.....	1
KATA PENGANTAR.....	2
ABSTRAK.....	3
DAFTAR ISI.....	2
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR.....	4
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Metode Penelitian Dan Pengumpulan Data.....	5
1.5.1 Metode Penelitian.....	5
1.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.3 Metode Analisis Data.....	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	12
DASAR PEMIKIRAN.....	12
2.1 Promosi.....	12
2.1.1 Bauran Promosi.....	13
2.2 Iklan.....	14
2.2.1 Tujuan Iklan.....	14
2.3 TVC.....	15
2.4 Kampanye.....	16
2.4.1 Tahapan Kampanye.....	16
2.5 Target Audiens.....	18
2.5.1 Segmentasi Target Audiens.....	18
2.5.2 Gaya Hidup.....	19
2.6 Media.....	20
2.7 Strategi Media.....	20
2.8 Media Sosial.....	21
2.9 Strategi Pesan.....	21
2.10 Strategi Kreatif.....	22
2.11 Daya Tarik Iklan.....	23
2.12 Strategi Visual.....	24
2.12.1 Warna.....	24
2.12.2 Copywriting.....	25

2.12.3 Tata Letak.....	27
2.13 Perilaku Konsumen.....	28
2.14 Brand Awareness.....	29
2.15 AISAS.....	30
2.16 Desain Komunikasi Visual.....	31
2.17 Perancangan.....	35
2.18 Aplikasi.....	35
2.19 Event.....	36
2.20 Event Marketing.....	36
2.21 Kerangka Teori.....	37
BAB III.....	38
URAIAN DAN DATA.....	38
3.1 Data Profil.....	38
3.1.1 Profil Perusahaan.....	38
3.1.2 Sejarah Produk Collagena.....	39
3.1.3 Data Produk Collagena.....	39
3.1.4 Feature, Advantage, Benefit, dan Unique Selling Point (USP).....	40
3.1.5 Sosial Media dan Kampanye Collagena.....	41
3.2 Data Empirik.....	44
3.2.1 Data hasil Kuesioner.....	44
3.2.2 Data hasil Wawancara.....	45
3.2.3 Data hasil Observasi.....	46
3.3 Data khalayak Sasaran.....	46
3.4 Data Kompetitor.....	51
3.5 Analisis Data.....	54
3.5.1 Analisis Data.....	54
BAB IV.....	60
KONSEP DAN HASIL RANCANGAN.....	60
4.1 Konsep Perancangan.....	60
4.1.1 Strategi Pesan.....	60
4.1.2 Strategi Kreatif dan Media.....	62
4.2 Visual Media.....	63
4.2.1 Timeline AISAS.....	66
4.2.2 Konsep Visual.....	67
4.3 Hasil Perancangan.....	68
4.3.1 Attention.....	68
4.3.2 Interest.....	76
4.3.3 Search.....	80
4.3.4 Action.....	82
4.3.5 Share.....	84
BAB V.....	87
PENUTUP.....	87

5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88