

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Cara Pengumpulan Data Dan Analisis	5
1.5.1. Cara Pengumpulan Data.....	5
1.5.2. Analisis.....	6
1.6. Kerangka Penelitian	8
1.7. Pembabakan	9
BAB II	10
2.1. Promosi	10
2.1.1. Tujuan Promosi	10
2.1.2. Langkah-langkah Strategi Promosi	11
2.2. Bauran Promosi.....	11
2.3. Periklanan (Advertising)	13
2.3.1. Fungsi Periklanan.....	13
2.3.2. Jenis Periklanan.....	14
2.3.3. Strategi Kreatif Periklanan.....	14

2.4.	Kampanye	15
2.4.1.	Definisi Kampanye.....	15
2.4.2.	Fungsi Kampanye	15
2.4.3.	Jenis Kampanye	16
2.4.4.	Tahapan Perancangan Kampanye	16
2.5.	Target Audience.....	18
2.6.	Metode AOI.....	18
2.7.	<i>Consumer Insight</i>	19
2.8.	<i>Consumer Journey</i>	19
2.9.	Strategi AISAS	20
2.10.	Media.....	20
2.10.1.	<i>Above The Line</i> (ATL).....	21
2.10.2.	<i>Below The Line</i> (BTL)	21
2.10.3.	<i>Through The Line</i> (TTL)	21
2.11.	Teori Desain Komunikasi Visual.....	21
2.11.1.	Tipografi.....	22
2.11.2.	Warna	23
2.11.3.	Layout	25
2.11.4.	Fotografi.....	27
2.11.5.	Videografi.....	27
2.11.6.	Script	28
2.11.7.	Copywriting	29
2.12.	Kerangka Teori.....	30
BAB III		31
3.1.	Data Perusahaan	31
3.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan	31
3.1.3.	Varian Produk.....	31
3.1.4.	Media Sosial.....	33
3.2.	Data Produk.....	36
3.2.1.	Deskripsi Produk.....	36
3.2.1.	FAB (Features, Advantage, Benefit)	37
3.2.2.	Unique Selling Point	38

3.2.3.	Positioning	38
3.2.4.	Data Khalayak Sasaran	38
3.3.	Data Hasil Observasi.....	40
3.4.	Data Hasil Wawancara	42
3.5.	Data Hasil Kuesioner	43
3.6.	Data Kompetitor.....	45
3.6.1.	Kiranti	45
3.6.2.	Menses	49
3.7.	Analisis.....	51
3.7.1.	SWOT	51
3.7.2.	Matriks Perbandingan	52
3.7.3.	Analisis Media ATL dan BTL	53
3.7.4.	Analisis Pengumpulan data	54
BAB IV		56
4.1.	Strategi	56
4.1.1.	Strategi Perancangan.....	56
4.1.2.	Strategi Pesan	57
4.1.3.	Strategi Kreatif.....	58
4.1.4.	Timeline AISAS	61
4.1.5.	Estimasi Budget	61
4.1.6.	Strategi Visual	62
4.2.	Hasil Perancangan.....	63
4.2.1.	Attention.....	63
4.2.2.	Interest.....	66
4.2.3.	Search.....	74
4.2.4.	Action.....	80
4.2.5.	Share.....	81
BAB V		84
5.1.	Kesimpulan	84
5.2.	Saran atau Rekomendasi	84
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		89