

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Permasalahan .....	8
1.3. Tujuan Perancangan .....	9
1.4. Alasan Pemilihan Judul .....	9
1.5. Manfaat Perancangan .....	10
1.5.1. Manfaat Akademis .....	10
1.5.2. Manfaat Praktis .....	10
1.5.3. Manfaat Sosial .....	10
<b>BAB II KERANGKA/DASAR PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
2.1. Komunikasi Pemasaran .....	11
2.2. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	12
2.3. AISAS .....	16
2.4. Bauran Promosi .....	18
2.4.1. Periklanan .....	19
2.4.2. Online & Sosial Media Marketing .....	27
2.5. Media Sosial .....	28
2.5.1. Karakteristik Media Sosial .....	28
2.5.2. Jenis-Jenis Media Sosial .....	29

2.5.3. Instagram & Instagram Ads.....	30
2.6. Analisis Situasi .....	34
2.7. Big Idea .....	35
2.8. Proses Alur Kerja Periklanan .....	37
2.9. <i>Strategic Planner</i> .....	40
2.9.1. Tujuan dan Kinerja Strategi.....	40
2.10. <i>Brand Awareness</i> .....	40
2.11. Referensi Karya.....	42
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN</b> .....	49
3.1. Tujuan Komunikasi .....	49
3.2. Strategi Komunikasi .....	51
3.2.1. <i>Segmentation, Targeting, &amp; Positioning</i> .....	52
3.2.2. Analisis Situasi .....	54
3.3. Analisa Spesifikasi Program .....	56
3.4. Konsep Perancangan .....	60
3.4.1. Alur Perancangan .....	61
3.4.2. Rencana Pra Produksi.....	61
3.4.3. Rencana Produksi .....	67
3.4.4. Rencana Pasca Produksi .....	70
<b>BAB IV ANALISIS PROSES</b> .....	73
4.1. Deskripsi Program.....	73
4.2. Analisis Proses Produksi .....	74
4.2.1. Perencanaan Produksi.....	74
4.2.2. Review Konsep Perancangan .....	76
4.2.3. Proses Produksi .....	78
4.2.4. Kendala dan Pemecahan Masalah .....	79
4.3. Analisis Hasil Produksi .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	99
5.2.1. Saran Akademis .....	100
5.2.2. Saran Praktis .....	101

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	102
<b>CURRICULUM VITAE</b> .....	113



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA