

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.6 Struktur Berfikir.....	4
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.8 Sistematika Penulisan.....	5
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Promosi.....	6
2.1.1 Bauran Promosi (Promotion Mix).....	7
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Promosi.....	8
2.1.2.1 Fungsi Promosi.....	8
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	9

2.1.3 <i>Segmentation, Targeting, positioning (STP)</i>	10
2.1.3.1 <i>Segmentation</i>	10
2.1.3.2 <i>Targeting (Target Pemasaran)</i>	10
2.1.3.3 <i>Positioning</i>	11
2.1.4 Media Promosi.....	11
2.1.5 Kreatif dan Komunikasi.....	13
2.2 Upacara Adat <i>Nyangku</i>	14
DATA dan ANALISA	17
3.1 Data.....	17
3.1.1 Hasil Observasi.....	17
3.1.2 Hasil Wawancara.....	17
3.1.3 Hasil Kuesioner.....	18
3.2 Analisis.....	18
3.2.1 Analisis SWOT.....	19
3.2.2 Consumer Journey.....	20
3.2.1.1 Reverensi Visual.....	24
3.2.1.2 Reverensi Desain.....	25
3.2.1.3 Reverensi Media.....	26
3.2.1.4 <i>MoodBoard</i>	27
3.3 <i>What To Says</i>	28
KONSEP PERANCANGAN	29
4.1 Strategi Komunikasi.....	29
4.2 Strategi Pesan.....	29
4.3 Strategi Kreatif.....	29
4.3.1 Unique Selling Proposition.....	29
4.3.2 Konsep Visual.....	30
4.3.3 Konsep Verbal.....	33
4.4 <i>Creatif Brief</i>	33

4.5 Konsep Media.....	36
4.5.1 Media Utama.....	36
4.5.2 Media Pendukung.....	37
4.5.3 Strategi Perancangan Media.....	37
4.5.4 Jadwal Media dan Budgeting.....	39
4.5.5 Aplikasi Media.....	41
KESIMPULAN dan SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Target Audiens 1.....	20
Tabel 3.2 Target Audiens 2.....	21
Tabel 4.1 Tahapan Media.....	38
Tabel 4.2 Jadwal Media.....	39
Tabel 4.3 Budgeting.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Berfikir.....	4
Gambar 3.1 Wawancara Mang Ganda Pegiat Kesenian.....	17
Gambar 3.2 Consumer Journey Map.....	22
Gambar 3.3 Studi Indikator.....	23
Gambar 3.4 Reverensi Visual.....	24
Gambar 3.5 Reverensi Desain.....	25
Gambar 3.6 Reverensi Media.....	26
Gambar 3.7 Moodboard.....	27
Gambar 4.1 Tone Warna.....	30
Gambar 4.2 Layout.....	31
Gambar 4.3 Visual Utama.....	32
Gambar 4.4 Visual Tambahan.....	32
Gambar 4.5 Logo.....	33
Gambar 4.6 Poster Instagram.....	41
Gambar 4.7 Poster.....	42
Gambar 4.8 Poster Instagram.....	43
Gambar 4.9 Poster.....	43
Gambar 4.10 Billboard.....	44
Gambar 4.11 RoadBanne.....	45
Gambar 4.12 Flyer.....	46
Gambar 4.13 Brosur.....	47
Gambar 4.14 Website.....	48
Gambar 4.15 <i>New Media Instastory</i>	49
Gambar 4.16 <i>Stand Pra Event</i>	49

Gambar 4.17 <i>Gate Event</i>	50
Gambar 4.18 <i>Merchandise</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

MindMap.....	53
Infografis.....	54
Hasil Observasi.....	55
Hasil Kuesioner.....	58
Hasil Wawancara.....	59