

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Perancangan.....	8
1.5 Manfaat Perancangan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 PT.Sahabat Medika Sejahtera	10
2.2 Visi & Misi PT.Sahabat medika Sejahtera	11
2.3 Brand Loyalty	11
2.4 Karakteristik Pelanggan Terhadap Brand Loyalty	13
2.5 Perilaku Pembelian Pelanggan	14
2.5.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	14
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	15
2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Repeat Order	16

2.6 Media	17
2.7 Promosi	19
2.8 Media Promosi & Periklanan	20
2.9 Warna	23
2.10 Tipografi.....	24
2.11 Layout	25
BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA	30
3.1 Metodologi Penelitian.....	30
3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3 Teknik Analisis Data.....	32
3.3.1 Hasil dan Analisis Data	33
3.3.2 Studi Eksisting	36
3.3.3 Analisis Kompetitor	41
3.3.4 SWOT	44
3.3.5 Keyword	47
3.3.6 Deskripsi Konsep	50
3.4 Konsep Perancangan.....	51
3.5 Perencanaan Kreatif.....	52
3.5.1 Tujuan Kreatif.....	52
3.5.2 Strategi Kreatif.....	53
3.5.3 Program Kreatif.....	56
3.6 Perencanaan Media	57
3.6.1 Tujuan Media	57

3.6.2 Strategi Media.....	57
3.6.3 Implementasi Media.....	71
BAB IVIMPLEMENTASI KARYA.....	72
4.1 Implementasi Media.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	84

