

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Perancangan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Perancangan	7
2.2 Pemasaran	7
2.3 Analisis Dan Strategi Pemasaran	8
2.4 Analisis Peluang	9
2.5 Analisis Kompetitif	9
2.6 Strategi Pemasaran	9
2.7 Bauran Pemasaran	10
2.8 Definisi <i>Brand</i>	11
2.9 <i>Brand Awareness</i>	13

	Halaman
2.10 Media	15
2.11 Promosi	16
2.12 Teknik Promosi	17
2.13 Promosi Periklanan	20
2.14 Logo	20
2.15 <i>Tagline</i>	23
2.16 Tipografi	24
2.17 <i>Layout</i>	25
2.18 Strategi Desain Warna	29
2.19 ATL dan BTL	30
2.20 Teori Analisis SWOT	30
BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA	32
3.1 Metodologi Penelitian	32
3.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3 Teknik Analisis Data	34
3.4 Hasil dan Analisis Data	37
3.5 Studi Eksisting	40
3.6 Analisis SWOT	44
3.7 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	45
3.8 Analisis Kompetitor	46
3.9 <i>Keyword</i>	50
3.10 Deskripsi Konsep	50

	Halaman
3.11 Konsep Perancangan	51
3.12 Perencanaan Kreatif	52
3.12.1 Tujuan Kreatif	52
3.12.2 Strategi Kreatif	52
3.13 Perencanaan Media	57
3.13.1 Tujuan Media	57
3.13.2 Strategi Media	57
BAB IV IMPLEMENTASI KARYA	63
4.1 Implementasi Media	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Tabel Matriks SWOT 44
Tabel 2	Penentuan Pemilihan Sketsa 55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan <i>Brand Equity</i>	14
Gambar 2.2 Piramida Awareness	15
Gambar 3.1 Skema Model Analisis Interaktif	34
Gambar 3.2 Skema Prosedur Segmentasi	36
Gambar 3.3 Brosur Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	41
Gambar 3.4 Website Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	42
Gambar 3.5 Stan pameran Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	43
Gambar 3.6 X-Banner Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	43
Gambar 3.7 Website Kompetitor – Bali Ratih	49
Gambar 3.8 Website Kompetitor – Nirmala <i>Aromatherapy</i>	49
Gambar 3.9 Konsep Perancangan	51
Gambar 3.10 Tipografi “LainieDaySH”	53
Gambar 3.11 Tipografi “Champagne & Limousines”	53
Gambar 3.12 Sketsa alternatif <i>logogram “jasmine”</i>	54
Gambar 3.13 Alternatif <i>logogram “jasmine”</i> yang terpilih	55
Gambar 3.14 Warna logo yang terpilih	56
Gambar 3.15 Hasil logo Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	56
Gambar 3.16 Sketsa Iklan Majalah	58
Gambar 3.17 Sketsa Iklan <i>X-Banner</i>	59
Gambar 3.18 Sketsa <i>flyer</i>	60

Gambar 3.19	Sketsa <i>website</i>	61
Gambar 4.1	<i>Final Artwork</i> Logo Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	66
Gambar 4.2	<i>Final Artwork Black and White</i> Logo Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care (B/W)</i>	67
Gambar 4.3	<i>Final Artwork Grid System</i> Logo Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	68
Gambar 4.4	Iklan Majalah Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	69
Gambar 4.5	Pembatas Iklan Majalah Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i> ..	70
Gambar 4.6	Implementasi Iklan Majalah Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	70
Gambar 4.7	<i>Website</i> Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i> halaman <i>Home</i>	71
Gambar 4.8	<i>Website</i> Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i> halaman <i>Our Product</i>	71
Gambar 4.9	<i>Website</i> Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i> halaman <i>About Us</i>	72
Gambar 4.10	<i>Website</i> Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i> halaman <i>Contact Us</i>	72
Gambar 4.11	Implementasi Desain Label Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	73
Gambar 4.12	Implementasi Desain <i>Flyer</i> Narwastu <i>Aromatherapy & Body Care</i>	74

Gambar 4.13 Implementasi Desain *X-Banner* Narwastu *Aromatherapy & Body Care* 75

Gambar 4.14 Implementasi Desain *Merchandise* Narwastu *Aromatherapy & Body Care* 76

