

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Pelaksanaan (Detail Perusahaan dan Periode) .....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Definisi Perancangan .....	8
2.2 Tujuan Perancangan.....	8
2.3 Definisi Promosi.....	8
2.4 Strategi Promosi.....	15
2.5 Brand Loyalty.....	16

2.5.1 Tujuan Brand Loyalty .....	16
2.5.2 Konstruksi .....	16
2.5.3 Fungsi Brand Loyalty.....	20
2.5.4 Tingkatan Brand Loyalty .....	22
2.6 Definisi Iklan.....	24
2.7 Jenis-jenis Iklan.....	26
2.8 Media Mix.....	31
<b>BAB III METODE PERANCANGAN</b>	
3.1 Observasi.....	35
3.2 Interview atau Wawancara.....	36
3.3 Kuesioner .....	37
3.4 Kepustakaan .....	38
3.5 Dokumentasi .....	38
3.6 Analisis SWOT .....	39
3.7 Analisis USP .....	39
3.8 Strategi Perancangan .....	39
3.9 Konsep Media .....	40
3.10 Proses Desain .....	40
3.11 Final Desain .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
4.1 Gambaran secara umum .....	42
4.2 Visi & Misi Perusahaan.....	43

4.3	Departement Sales & Marketing .....	44
4.3.1	Unsur .....	45
4.3.2	Bauran komunikasi marketing.....	46
4.3.3	Model proses komunikasi.....	47
4.3.4	Strategi marketing communication.....	49
4.3.4	Gambaran pekerjaan marketing communication.....	50

## **BAB V IMPLEMENTASI KARYA**

5.1	Desain brosur .....	53
5.2	Desain Flyer.....	55
5.3	Iklan koran .....	56
5.4	Iklan majalah .....	58
5.5	Neon box .....	60
5.6	Postcard .....	61
5.7	Stiker Maskot .....	62
5.8	Billboard .....	63
5.9	Banner .....	64
5.10	Kalender duduk .....	65
5.11	Iklan Radio .....	66
5.12	Iklan TV commercial .....	67
5.13	Escalator .....	68
5.14	Jadwal Tayang .....	69

**BAB VI PENUTUP**

6.1	Kesimpulan .....	71
6.2	Saran .....	71
	DAFTAR PUSTAKA .....	73
	LAMPIRAN .....	74

STIKOM SURABAYA