

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	3
I.3 Rumusan Masalah.....	3
I.4 Batasan Masalah.....	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
<b>BAB II. PERSUASI KOMERSIAL <i>BRAND</i> EIRMUSE</b> .....	5
II.1 Pemasaran.....	5
II.1.2 Bauran Pemasaran.....	5
II.1.3 Promosi.....	6
II.1.4 Iklan.....	8
II.1.5 Media Sosial.....	9
II.1.6 Perilaku Konsumen.....	10
II.1.7 Multimedia.....	11
II.2 Eirmuse.....	12
II.2.1 Produk ( <i>product</i> ).....	14
II.2.2 Harga Produk ( <i>price</i> ).....	18
II.2.3 Tempat Pemasaran ( <i>place</i> ).....	22
II.2.4 Promosi ( <i>promotion</i> ).....	22
II. 3 Analisis Permasalahan.....	23
II.3.1 Kuesioner.....	23

II.3.2 Wawancara.....	29
II.3.3 Analisis SWOT .....	31
II.3.4 Analisis Kompetitor.....	33
II.4 Resume.....	34
II.5 Solusi Perancangan.....	35
<b>BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....</b>	<b>36</b>
III.1 Khalayak Sasaran .....	36
III.1.1 Demografis .....	36
III.1.2 Geografis .....	37
III.1.3 Psikografis .....	37
III.1.4 <i>Consumer Insight</i> .....	37
III.1.5 <i>Consumer Journey</i> .....	37
III.2 Strategi Perancangan.....	38
III.2.1 Tujuan Komunikasi .....	39
III.2.2 Pendekatan Komunikasi .....	39
III.2.3 <i>Mandatory</i> .....	40
III.2.4 Materi Pesan.....	40
III.2.5 Gaya Bahasa .....	40
III.2.6 Strategi Kreatif .....	40
III.2.6.1 <i>Copywriting</i> .....	42
III.2.6.1.1 <i>Positioning</i> .....	42
III.2.6.2 <i>Storyline</i> .....	43
III.2.6.3 <i>Storyboard</i> .....	44
III.2.7 Strategi Media .....	45
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	47
III.3 Konsep Visual .....	50
III.3.1 Format Desain .....	50
III.3.2 Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	52
III.3.3 Tipografi .....	54
III.3.4 Warna .....	55
III.3.5 Audio .....	56
III.3.6 Studi Karakter.....	57

III.3.7 Latar Tempat.....	59
III.3.8 Teknik Pengambilan Gambar .....	61
<b>BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI .....</b>	<b>64</b>
IV.1 Teknis Produksi.....	64
IV.1.1 Pra Produksi.....	64
IV.1.2 Produksi.....	64
IV.1.3 Pasca produksi .....	69
IV.2 Media Utama .....	73
IV.3 Media Pendukung .....	76
IV.3.1 <i>X-Banner</i> .....	77
IV.3.2 Poster .....	78
IV.3.3 <i>Hang Tag</i> .....	79
IV.3.4 <i>Sticker Pack</i> .....	80
IV.3.5 <i>Keychain</i> .....	81
IV.3.6 Pin Peniti.....	82
IV.3.7 <i>Feeds Instagram</i> .....	83
IV.3.8 <i>Totebag</i> .....	84
IV.3.9 <i>Tumbler</i> .....	85
IV.3.10 <i>Mug</i> .....	86
IV.3.11 <i>Notebook</i> .....	87
IV.3.10 Kalender Meja.....	88
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
V.1 Kesimpulan .....	89
V.2 Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>94</b>
<b>KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN .....</b>	<b>96</b>
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>97</b>