

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	7
1.2.1. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Ruang Lingkup.....	7
1.4. Tujuan Perancangan.....	8
1.5. Cara Pengumpulan Data.....	8
1.6. Manfaat Perancangan.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN DATA.....	10
2.1. Tinjauan Teori.....	10
1. Teori Kampanye.....	10
2. Teori Periklanan.....	11

3. AISAS.....	14
4. Teori Media.....	16
5. Teori Copywriting.....	19
6. Teori Layout.....	20
7. Teori Warna.....	22
2.2. Tinjauan Khusus.....	23
1. Kinerja.....	23
2. Aromaterapi.....	25
3. Relaksasi.....	27
BAB III.....	29
METODOLOGI PERANCANGAN.....	29
A. Data Lapangan.....	29
B. Analisis SWOT.....	32
C. Analisis Khalayak Sasaran.....	33
D. Analisis Persaingan dan Pesaing.....	34
E. Laporan Hasil Data Lainnya.....	35
BAB IV.....	37
KONSEP PERANCANGAN.....	37
A. Fakta-Fakta Kunci.....	37
B. Tujuan Kampanye Periklanan.....	37
C. Simulasi Proses Adopsi.....	37
D. <i>Insight</i>	38
E. Strategi dan Konsep Kreatif.....	39
F. <i>MoodBoard</i>	40

G. Keputusan Kreatif.....	40
H. Strategi Media.....	44
I. Jadwal Media.....	44
J. Biaya Media.....	46
BAB V.....	48
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	48
A. <i>Key Visual</i>	48
B. Instagram.....	48
C. Spotify.....	50
D. Youtube Ads.....	51
E. Twitter.....	52
F. Facebook.....	52
G. Billboard di MRT.....	53
H. Halte Busway.....	54
I. Light Poster.....	55
J. Billboard.....	56
K. Motor Board.....	57
BAB V.....	59
PENUTUP.....	59
A. Rangkuman.....	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Young Living.....	29
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Young Living.....	31
Gambar 3.3 Interface Website Young Living.....	32
Gambar 3.4 Riliv.....	35
Gambar 3.5 Hasil Kuisisioner.....	36
Gambar 4.1 <i>Moodboard</i>	40
Gambar 4.2 Logo Kampanye.....	42
Gambar 4.3 Contoh layout <i>Picture Window</i>	43
Gambar 4.4 Strategi Media.....	44
Gambar 4.5 Jadwal Kampanye.....	44
Gambar 4.6 Content Pillar Januari.....	45
Gambar 4.7 Content Pillar Febuari.....	45
Gambar 5.1 Key Visual.....	48
Gambar 5.2 Instagram Feeds.....	49
Gambar 5.3 Instagram Story.....	49
Gambar 5.4 Spotify Ads.....	50
Gambar 5.5 Youtube Ads.....	51
Gambar 5.6 Twitter.....	52
Gambar 5.7 Facebook.....	53
Gambar 5.8 Iklan di Billboard MRT.....	54
Gambar 5.9 Iklan di Halte Busway.....	55
Gambar 5.10 Light Poster.....	56
Gambar 5.11 Iklan Billboard di Jalan Raya.....	57

Gambar 5.12 Motor Board..... 58