

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR DIAGRAM	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b>	1
<b>B. Identifikasi Masalah</b>	6
<b>C. Rumusan Masalah</b>	6
<b>D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan</b>	6
<b>E. Tujuan Perancangan</b>	7
<b>F. Metode Perancangan</b>	8
<b>G. Sistematika Penulisan</b>	11
BAB II PERSPEKTIF TEORI	13
<b>A. Tinjauan Umum</b>	13
1. Desain Pemasaran	13
2. Media Sosial	22
<b>B. Tinjauan Khusus</b>	13
1. Bisnis Emas & Toko Emas Rajawali	26
2. Desain Pemasaran Tradisional ke Digital	27
<b>C. Terminologi</b>	31
BAB III DATA DAN ANALISA MASALAH	33
<b>A. Data Lapangan</b>	33

1. Profil Perusahaan	33
2. Visi, Misi, Dan Nilai Perusahaan	34
2. Produk/Layanan Perusahaan	35
<b>B. Analisa SWOT</b>	37
1. Analisis SWOT	37
2. Kesimpulan SWOT	38
<b>C. Analisis Khalayak Sasaran</b>	39
<b>D. Analisis Persaingan dan Pesaing</b>	48
BAB IV Konsep Perancangan	57
<b>A. Fakta-fakta kunci (<i>Key Fact</i>)</b>	57
<b>B. Media Timeline target sasaran</b>	57
<b>C. Tujuan Perancangan</b>	59
<b>D. Pra Produksi</b>	63
<b>E. Produksi</b>	69
<b>F. Pasca Produksi</b>	72
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL	74
<b>A. Iklan Promosi Instagram</b>	74
<b>B. Iklan Promosi Twitter</b>	75
<b>C. Iklan Promosi Website Berita</b>	76
<b>D. Web Banner Tokopedia</b>	77
BAB VI PENUTUP	78
<b>A. Kesimpulan</b>	78
<b>B. Saran</b>	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT	37
Tabel 3.2 analisa Post Promosi Paket Tissue Bertema Molang	51
Tabel 3.3 Analisa Elemen Desain	55
Tabel 4.1 Perencanaan Jadwal	63
Tabel 4.2 Tabel Proses Perancangan	64
Tabel 4.3 Tabel Biaya	64

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Metode Perancangan 8