

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembaran Pengesahan.....	i
Kata Pengantar	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan.....	iv
Daftar Isi.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan & Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Uraian Teori	7
2.1.1 Pengertian Corporate Identity	7
2.1.2 Brand.....	8
2.1.3 Logo	10
2.2 Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2.2 Mengidentifikasi Peluang Pemasaran dengan STP.....	12
2.2.3 Mengembangkan Strategi Pemasaran dengan Marketing Mix	13
2.2.4 Stategi Pemasaran	14
2.2.4.1 Strategi Pemasaran Tahap Awal	14
2.2.4.2 Strategi Penyerangan Umum.....	16
2.3 Promosi	18
2.3.1 Pengertian dan Tujuan Promosi	19
2.3.2 Menganalisa Lingkungan dengan SWOT	25
2.3.3 Mempelajari Perilaku Konsumen.....	25
2.3.3.1 Perilaku Konsumtif	27

2.3.3.2 Dewasa dan Perilaku Produktif	28
2.4 Sejarah Budaya Sunda.....	29
2.4.1 Latar Belakang Kehidupan Masyarakat Sunda	29
2.4.2 Cara Makan dan Minum Kehidupan Masyarakat Sunda	30
2.4.3 Saung	31
2.4.4 Makanan Khas Sunda.....	32
2.4.5 Kesenian dan Adat Istiadat Sunda	34
2.4.5.1 Seni Tari	34
2.4.5.2 Seni Musik dan Suara	36
2.4.5.3 Wayang Golek	36
2.4.5.4 Alat Musik	37
2.4.5.5 Bahasa	37
2.4.5.6 Adat Istiadat	38
2.4.5.6.1 Upacara Adat Pernikahan Suku Sunda	38
BAB III DATA & ANALISIS MASALAH.....	41
3.1 Data dan Fakta.....	41
3.1.1 Sejarah Perusahaan	41
3.1.1.1 Visi Misi dan Goals Arum Manis	42
3.1.1.2 Logo Arum Manis.....	44
3.1.2 Keunggulan Rumah Makan Sunda Arum Manis	45
3.1.3 Tinjauan Terhadap Usaha Sejenis	45
3.1.4 Sekilas Sejarah Cihampelas	48
3.2 Analisis terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta	49
3.2.1 Mengidentifikasi dengan STP.....	50
3.2.1.1 Segmenting	50
3.2.1.2 Targeting	50
3.2.1.3 Positioning	51
3.2.2 Menganalisa Strategi Pemasaran Arum Manis	52
3.2.3 Menganalisa Promosi Rumah Makan Sunda Arum Manis.....	52
3.2.4 Menganalisa Lingkungan SWOT.....	53
3.2.5 Target Audiences	54

3.2.6 Menganalisa melalui Karakteristik Sunda	55
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	57
4.1 Konsep Komunikasi	57
4.1.1 Konsep secara Verbal	57
4.1.2 Konsep secara Visual	57
4.2 Konsep Kreatif	62
4.3 Konsep Media	64
4.3.1 Pengertian Media	64
4.3.2 Tujuan Media	64
4.3.3 Strategi dan Alasan Pemilihan Media	65
4.3.4 Strategi Pemilihan Media	67
4.3.5 Rencana Pemakaian Media	70
4.3.6 Jadwal Strategi Promosi	71
4.3.7 Biaya Media / Budgeting	72
4.4 Hasil Karya	73
4.4.1 Poster	73
4.4.1.1 Poster Riung Mungpulung	73
4.4.1.2 Poster Pabetot-betot Hayam.....	75
4.4.1.3 Poster Asah Asih Asuh	77
4.4.2 Billboard.....	79
4.4.3 X-Banner	81
4.4.4 Website	82
4.4.5 Brochure	87
4.4.6 Direct Mail & Voucher	90
4.4.7 Table Set.....	91
4.4.8 Packaging & Shopping Bag	92
4.4.9 Promotion Kit.....	93
4.4.10 Business Suite	93
4.4.11 Menu	94
4.4.12 Merchandise	95
4.4.13 Iklan Surat Kabar	95
4.4.14 Iklan Majalah	96

4.4.15 Balon Udara	97
4.4.16 Poster Lift.....	97
4.4.17 Motor Delivery & Mobil Box	98
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Penutup.....	100
5.3 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	ix
DAFTAR ISTILAH	x
Saran & Komentar Dosen Penguji Ujian Sidang TA.....	xi
LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiii