

## DAFTAR ISI

Lembar pengesahan .....	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahn dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye.....	6
2.1.1 Pengertian Kampanye .....	6
2.1.2 Syarat Kampanye.....	7
2.1.3 Tujuan Kampanye.....	7
2.1.4 Jenis Kampanye.....	8
2.1.5 Model Kampanye.....	9
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	10
2.3 <i>Brand</i> .....	11
2.3.1 Jenis-jenis Merek.....	12
2.3.2 Teori STP.....	13
2.3.3 Teori Segmentasi.....	14
2.3.3.1 Segmentasi Geografis/ Geo-demografis.....	19
2.3.3.2 Segmentasi Demografis.....	19
2.3.3.3 Segmentasi Perilaku.....	21
2.3.3.1 <i>Psycographic Segmentation</i> .....	22
2.3.4 Teori <i>Targeting</i> .....	24

2.3.5 Teori <i>Positioning</i> .....	25
2.3.6 <i>Brand Identities</i> .....	27
2.3.7 <i>Brand's Value Proposition</i> .....	29
2.3.8 <i>Brand Personality</i> .....	31
2.3.9 <i>Brand Positioning</i> .....	32
2.4 <i>Personal Brand</i> .....	33
2.4.1 Pengenalan <i>personal brand</i> .....	33
2.4.2 Keuntungan memiliki <i>personal brand</i> .....	33
2.4.3 Tahap membuat <i>Personal Brand</i> .....	34
2.4.3.1 Menentukan siapa anda.....	34
2.4.3.2 Tentukan apa yang anda lakukan.....	35
2.4.3.3 Memposisikan diri anda.....	35
2.4.3.4 Memanage <i>brand</i> anda.....	35
2.4.4 <i>Attitude, Skill &amp; Knowledge</i> .....	36
2.4.4.1 <i>Attitude</i> .....	36
2.4.4.2 <i>Knowledge</i> .....	37
2.4.4.3 <i>Skill</i> .....	37

### **BAB III DATA dan ANALISIS MASALAH**

3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Universitas Kristen Maranatha.....	38
3.1.1.1 Sejarah Universitas Kristen Maranatha.....	38
3.1.1.2 Data, Visi dan Misi Universitas Kristen Maranatha.....	38
3.1.2 Wawancara Ibu Jovita Suling.....	39
3.1.3 Wawancara Pak Sunjoyo, SE., M.T.....	39
3.1.4 Hasil kuisioner.....	41
3.1.5 Tinjauan Karya sejenis.....	43
3.2 Segmentasi, Targeting dan Positioning.....	44
3.3 SWOT.....	45

### **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

1.1 Konsep Komunikasi.....	46
----------------------------	----

1.1.1 Tahap <i>Awarenes</i> .....	46
1.1.2 Tahap <i>Informing</i> .....	47
4.1.3 Tahap <i>Reminding</i> .....	47
4.2 Konsep Kreatif.....	47
4.3 Konsep Media.....	47
4.4 Timeline.....	49
4.5 Hasil Karya.....	50
4.5.1 Visual Identity.....	50
4.5.2 Poster.....	51
4.5.3 Ambience.....	54
4.5.4 Gimmick.....	58
4.5.5 Reminding Website.....	59
4.5.6 Budgeting.....	60

#### **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
Daftar Pustaka.....	62
Data Penulis.....	ix

