

DAFTAR ISI

COVER	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.4.1 Sumber data	4
1.4.1.1 Data Primer	4
1.4.1.2 Data Sekunder	4
1.4.2 Teknik Pengumpulan Data	4
1.4.2.1 Observasi	4
1.4.2.2 Wawancara	4
1.4.2.3 Kuisioner	4
1.4.2.4 Studi Pustaka	5
1.5 Skema Perancangan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kampanye	7
2.2 Pengertian <i>DKV</i>	8
2.2.1 Ruang Lingkup <i>DKV</i>	
2.2.1.1 Warna	8
2.2.1.2 <i>Typography</i>	9
2.2.1.3 Layout	9
2.2.1.4 Fotografi.....	9
2.2.2 Strategi Kampanye	10
2.2.2.1 Taglines	10
2.2.3 Komponen Kampanye.....	12
2.2.3.1 Teori Komunikasi.....	12
2.2.3.2 Teori Advertising	14
2.2.3.3 Teori Perilaku Konsumen	15
2.2.3.4 Teori Manajemen	17
2.2.3.5 Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats	18
2.3 <i>Culture and Lifestyle</i>	18
2.4 Pengertian Teh	19
2.4.1 Sejarah Teh.....	19
2.4.2 Kandungan zat – zat dalam Teh.....	21
2.4.3 Manfaat Teh dan Kerugian Teh	22

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	24
-------------------------	----

3.1.1 PTPN VIII sebagai Mandatori	24
3.1.2 Teh walini sebagai Objek Perancangan	26
3.1.2.1 Hasil Observasi	27
3.1.2.2 Hasil Wawancara dengan Dokter.....	27
3.1.2.3 Hasil Wawancara dengan Pakar Teh.....	28
3.1.2.4 Hasil Kuisisioner.....	29
3.1.2.5 Hasil Studi Pustaka	37
3.1.3 Tinjauan Proyek yang Sejenis.....	37
3.1.3.1 Analisis Starbucks.....	38
3.1.3.2 Analisis Ngopi Doeloe	40
3.1.3.3 Analisis The Coffee Bean & Tea Leaf.....	41
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	42
3.2.1 Segmentasi, Targeting, Positioning Pasar.....	42
3.2.1.1 Segmentasi Pasar.....	42
3.2.1.2 Targeting	42
3.2.1.3 Positioning.....	43
3.2.2 Analisis SWOT	43
3.2.3 Analisis 5W + 1H.....	44
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	46
4.1.1 Conditioning.....	47
4.1.2 Informing.....	47
4.1.3 Reminding	47

4.1.4 Timeline	48
4.2 Konsep Kreatif	48
4.2.1 Konsep Verbal.....	49
4.2.2 Konsep Visual	50
4.2.2.1 Logo	51
4.2.2.2 Warna	51
4.2.2.3 Font.....	52
4.3 Konsep Media	53
4.4 Hasil Karya.....	57
4.5 Budgeting	77
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR ISTILAH	81
DAFTAR PUSTAKA	82
DATA PENULIS	83
LAMPIRAN A	84
LAMPIRAN B	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan.....	7
Tabel 2.1 Kandungan Alami Teh.....	22
Tabel 3.1 Diagram Kuisisioner 1.....	30
Tabel 3.2 Diagram Kuisisioner 2.....	31
Tabel 3.3 Diagram Kuisisioner 3.....	31
Tabel 3.4 Diagram Kuisisioner 4.....	32
Tabel 3.5 Diagram Kuisisioner 5.....	32
Tabel 3.6 Diagram Kuisisioner 6.....	33
Tabel 3.7 Diagram Kuisisioner 7.....	33
Tabel 3.8 Diagram Kuisisioner 8.....	34
Tabel 3.9 Diagram Kuisisioner 9.....	34
Tabel 3.10 Diagram Kuisisioner 10.....	35
Tabel 3.11 Diagram Kuisisioner 11.....	35
Tabel 3.12 Diagram Kuisisioner 12.....	36
Tabel 3.13 Diagram Kuisisioner 13.....	36
Tabel 3.14 Diagram Kuisisioner 14.....	37
Tabel 4.1 Timeline.....	49
Tabel 4.2 Budgeting.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Mandatori.....	27
Gambar 3.2 Logo Starbucks.....	39
Gambar 3.3 Logo Ngopi Doeloe.....	41
Gambar 3.4 Logo <i>The Coffe Bean & Tea Leaf</i>	42
Gambar 4.1 Logo Kampanye.....	52
Gambar 4.2 Poster <i>Teaser (Conditioning)</i>	58
Gambar 4.3 Poster <i>Awareness 1 (Conditioning)</i>	59
Gambar 4.4 Poster <i>Awareness 2 (Conditioning)</i>	60
Gambar 4.5 Poster <i>Comprehension 1 (Informing)</i>	61
Gambar 4.6 Poster <i>Comprehension 2 (Informing)</i>	62
Gambar 4.7 Billboard <i>Action 1 (Reminding)</i>	63
Gambar 4.8 Billboard <i>Action 2 (Reminding)</i>	64
Gambar 4.9 Iklan Majalah 1 (<i>Conditioning</i>).....	65
Gambar 4.10 Iklan Majalah 2 (<i>Informing</i>).....	66
Gambar 4.11 Website Tea Lover.....	67
Gambar 4.12 X-Banner.....	68
Gambar 4.13 Brosur.....	69
Gambar 4.14 Baliho.....	70
Gambar 4.15 Backdrop.....	71
Gambar 4.16 Ambient Media Lift.....	72
Gambar 4.17 Ambient Media Tea-Pot.....	73
Gambar 4.18 Ambient Media Handle Pintu.....	74
Gambar 4.19 Aplikasi HP.....	75

Gambar 4.20 Sosial Media.....	76
Gambar 4.21 <i>Gimmick</i>	77