

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Perancangan.....	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	15
2.1 Inovasi.....	11
2.1.1 Inovasi Disruptif	12
2.2 Strategi	14
2.2.1 Strategi Unit Bisnis	14
1. Analisis TOWS.....	15
2. Analisis PEST.....	17
3. Analisis STP	19
4. Analisis PLC.....	21

5. Analisis Porter Generik	25
6. Analisis Matrix Perbandingan	26
2.3 Pemasaran	27
2.3.1 Pemasaran	29
2.3.2 Bauran Pemasaran	30
2.4 Perilaku Konsumen	33
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	33
2.4.2 Model Perilaku Konsumen	33
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	35
2.4.4 Tahap Keputusan Pembelian	35
2.5 Komunikasi Media	37
2.5.1 Komunikasi Massa	39
2.5.2 Media Massa	39
2.5.3 Perancangan Media	41
2.6 Merek	46
2.6.1 Pengertian Merek	46
2.6.2 Ekuitas Merek	47
2.7 Desain Komunikasi Visual	48
2.7.1 Logo	48
2.7.2 Layout	50
2.7.3 Warna	52
2.7.4 Tipografi	55
BAB III Data dan Analisis Masalah	61
3.1 Data Perusahaan	61
3.1.1 Sejarah Perusahaan	61
3.1.2 Visi Misi Perusahaan	62
3.1.3 Logo Perusahaan	63
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	64
3.1.5 Data Visual Terdahulu	64
3.2 Data Produk	71
3.2.1 Layanan dan Tarif	71
3.2.2 Fitur Aplikasi	72

3.3 Data Khalayak Sasaran	73
3.3.1 STP.....	73
3.3.2 Profil Konsumen	75
3.4 Data Perusahaan Sejenis	76
3.4.1 Gojek.....	76
3.4.2 Ojek 86.....	78
3.5 Data Visual Pesaing Sejenis.....	79
3.5.1 Gojek.....	79
3.5.2 Ojek 86.....	82
3.6 Data Hasil Observasi.....	84
3.6.1 Call Jack.....	85
3.6.2 Gojek.....	87
3.6.3 Ojek 86.....	88
3.7 Data Hasil Wawancara.....	89
3.7.1 Wawancara CEO Call Jack	89
3.7.2 Wawancara Divisi Marketing	92
3.7.3 Wawancara Driver Call Jack.....	94
3.7.4 Wawancara Penumpang dan Pengguna Aplikasi Call Jack.....	95
3.8 Analisis Data	96
3.8.1 Analisis Data Wawancara	99
3.8.2 Analisis Data Visual Terdahulu	97
3.8.3 Analisis Matriks	102
A. Matriks Tinjauan Pesaing Sejenis.....	102
B. Matriks Perbandingan Media Visual Pesaing Sejenis	107
3.9 Analisis Strategi Desain	107
3.91 Formulasi Strategi Desain.....	107
A. Analisis Eksternal	108
1. PEST	108
2. Porter 5 Force's.....	110
B. Analisis Internal	113
1. Operasional	113
2. Pelayanan	113

3. Pengadaan	114
4. Pengembangan Teknologi.....	114
5. Manajemen Sumber Daya Manusia	114
6. Pemasaran	115
A. Marketing Mix	115
B. PLC.....	117
3.9.2 Pemilihan Strategi	119
A. Analisis TOWS.....	119
a. Analisis Matriks TOWS	121
b. Analisis Strategi TOWS Terpilih	131
B. Porter Generik.....	132
3.10 Kesimpulan Hasil Analisis Data	133
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	136
4.1 Strategi Desain	136
4.2 Konsep Pesan	136
4.2.1 Tujuan Pesan	138
4.2.2 Sasaran Pesan.....	139
4.2.3 Strategi Pesan.....	140
4.3 Konsep Kreatif	141
4.4 Konsep Visual	142
4.5 Konsep Media	147
4.5.1 Pemilihan Media	147
4.5.2 Penjadwalan Media.....	151
4.5.3 Budgeting Media.....	152
4.6 Hasil Perancangan.....	154
4.6.1 Logo	154
4.6.2 <i>Coorporate Identity</i>	157
4.6.3 Media Promosi Call Jack	159
BAB V PENUTUP.....	166
5.1 Kesimpulan	166
5.2 Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA	169

LAMPIRAN..... 171