

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Perancangan.....	6
1.6 Metode Penulisan.....	6
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	6
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6.3 Metode Analisis.....	8
1.7 Kerangka Perancangan.....	9
1.8 Rencana Penelitian.....	10
1.9 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	13
DASAR PEMIKIRAN	13
2.1 Pengertian Promosi.....	13
2.1.1 Bauran Promosi.....	13
2.1.2 Tujuan Promosi.....	17
2.1.3 Fungsi Promosi.....	17
2.2 Pengertian Periklanan.....	18
2.2.1 Pengertian Iklan.....	19

2.2.2 Tujuan Iklan.....	21
2.2.3 Fungsi Iklan.....	22
2.2.4 Media Iklan.....	23
2.2.5 Komunikasi Periklanan.....	24
2.2.6 Pengaruh Iklan.....	25
2.4 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	26
2.4.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	33
2.5 Pengertian Desain.....	34
2.6 Strategi Periklanan.....	35
2.6.1 Tujuan Strategi.....	35
2.7 Konsep Kreatif.....	35
2.8 AISAS.....	36
2.9 SWOT.....	36
2.9.1 Manfaat SWOT.....	37
BAB III	38
DATA DAN ANALISIS MASALAH	38
3.1 Subjek/Objek Penelitian.....	38
3.1.1 Subjek Penelitian.....	38
3.2 Definisi Konsep.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Data.....	42
3.4.1 Data MCash.....	42
3.5 <i>Target Audience</i>	43
3.6 Analisis Data Hasil Wawancara dan Observasi.....	45
3.6.1 Data Hasil Wawancara.....	45
3.6.2 Data Hasil Observasi.....	45
3.7 Aplikasi Sejenis.....	46
3.7.1 Matrix Analisis Aplikasi Sejenis.....	47
3.7.2 Kesimpulan Analisis.....	47
3.7.3 Analisis S.W.O.T Mcash.....	48
BAB IV	50

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	50
4.1 Konsep Perancangan.....	50
4.1.1 Konsep Pesan.....	50
4.1.2 Konsep Kreatif.....	52
4.1.3 Strategi Komunikasi.....	54
4.2 Konsep Visual.....	55
4.2.1 Moodboard.....	55
4.2.2 Gaya Visual.....	56
4.2.3 Tipografi.....	57
4.2.4 Warna.....	58
4.3 Konsep Media.....	58
4.4 Hasil Rancangan.....	60
4.4.1 Poster Promosi.....	60
4.4.2 Poster Teaser Video.....	61
4.4.3 Barcode.....	62
4.4.4 Microsite.....	62
4.4.5 Video Promosi.....	63
4.4.6 <i>Gimmick</i>	64
4.4.7 <i>Billboard</i>	64
BAB V	65
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran atau Rekomendasi.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68