

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Metode Pengumpulan data	5
1.6.1 Metode Kualitatif.....	5
1.7 Analisis.....	7
1.8 Kerangka Perancangan.....	8
1.9 Pembabakan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Media Informasi	10
2.2 Aplikasi <i>Mobile</i>	11
2.3 Desain Interaksi	12
2.4 <i>User Interface</i>	12
2.5 <i>User Experience</i>	13
2.6 <i>Design Thinking</i>	14
2.6.1 Tahapan <i>Design Thinking</i>	14
2.7 Desain Komunikasi Visual (DKV).....	15
2.7.1 Elemen Desain Grafis	15
2.7.2 Prinsip Tata Letak	19
2.8 Ilustrasi	21
2.9 Ikon.....	22

2.10 Kerangka Teori.....	23
2.11 Asumsi.....	23
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	24
3.1 Data	24
3.1.1 Data Lembaga Pemberi Proyek.....	24
3.1.2 Data Objek Penelitian	26
3.1.3 Data Observasi	33
3.1.4 Data Target Pengguna.....	35
3.1.5 Data Perancangan Sejenis	35
3.1.6 Data Hasil Wawancara.....	38
3.1.7 Data Pendukung Kuesioner.....	51
3.2 Analisis dan Kesimpulan Data	58
3.2.1 Analisis Matriks Perbandingan Perancangan Sejenis	58
3.2.2 Kesimpulan Data dan Analisis	61
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	63
4.1 Konsep.....	63
4.1.1 Konsep Pesan	63
4.1.2 Konsep Kreatif	64
4.1.3 Konsep Visual Perancangan.....	65
4.1.4 Konsep Komunikasi Pemasaran.....	71
4.1.5 Konsep Media	72
4.2 Budgeting Media	73
4.2.1 <i>Budgeting</i> Media Utama	74
4.2.2 <i>Budgeting</i> Media Pendukung	74
4.3 Perancangan Media Utama.....	74
4.3.1 <i>Emphatize</i>	74
4.3.2 <i>Define</i>	75
4.3.3 <i>Ideate</i>	79
4.3.4 <i>Prototype</i>	94
4.3.5 Test.....	107
4.4 Media Pendukung.....	115
4.4.1 Poster A3.....	115
4.4.2 <i>Flyer</i>	115
4.4.3 X-banner.....	116
4.4.4 Instagram <i>Feeds</i>	116

4.4.5 <i>Merchandise</i>	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	124