

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Batasan Masalah	2
1.5 Definisi Operasional	3
1.6 Metode Pengerjaan	4
1.7 Jadwal Pengerjaan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Gambaran Umum Institusi	6
2.1.1 PT. Telkom Indonesia Tbk	6
2.1.2 Nilai-Nilai Perusahaan	6
2.1.3 Unit Kerja	8
2.1.4 Pijar Indonesia	9
2.5 Pijar Belajar	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Desain Grafis	10
2.2.2 <i>Key Visual</i>	10
2.2.3 Aktivitas Marketing	10
2.2.4 Media Mix	11
2.2.5 Brand Engagement	11
2.2.6 Brand Awareness	11
	<hr/>
	4

2.2.7 Graphic Design Process	11
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN	12
3.1 Analisis Deskripsi Pekerjaan	12
3.2 Analisis Proses Bisnis Pada Produk	12
3.3 Analisis Kebutuhan	13
3.4 Implementasi Metodologi Pengerjaan	13
3.5 Aspek Penunjang	15
3.5.1 Brand Concept Pijar	15
3.5.2 Brief Concept	17
3.5.3 Referensi	19
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN	20
4.1 Implementasi Karya	20
4.2 Kebutuhan Perangkat Keras & Perangkat Lunak	24
4.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras	24
4.2.2 Kebutuhan Perangkat Lunak	24
4.3 Implementasi Perancangan Key Visual Dalam Desain Grafis	26
4.4 Implementasi Desain Grafis Terhadap Aktivitas Marketing Media Mix	38
4.5 Pengujian	42
4.5.1 Insight Akun	43
4.5.2 Jangkauan	45
4.5.3 Interaksi	52
4.5.4 Pengikut	54
4.5.5 Uji Impresi Pada Media Mix Lainnya	58
BAB 5 KESIMPULAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
Lampiran	64