

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Perancangan	8
1.6 Metode Penelitian	9
1.7 Metode Pengumpulan Data	10
1.8 Metode Analisis	11
1.9 Kerangka Penelitian	13
1.10 Pembabakan	14
BAB 2	15
DASAR PEMIKIRAN	15
2.1 Dasar Teori	15
2.2 Teori Periklanan	15
2.2.1 Tujuan Iklan	16
2.3 Teori Promosi	16
2.3.1 Tujuan Promosi	17
2.3.2 Bauran Promosi	17
2.4 <i>Brand Awareness</i>	18
2.4.1 Brand Recall	20

2.5	Strategi Kreatif Iklan	21
2.5.1	Strategi Pesan.....	22
2.5.2	Strategi Visual.....	22
2.6	Desain Tematik.....	22
2.7	Media	22
2.7.1	Tujuan Media	23
2.7.2	Jenis-Jenis Media.....	23
2.7.3	Media Promosi	24
2.8	Perilaku Konsumen.....	25
2.8.1	Memahami Perilaku Konsumen.....	26
2.9	Desain Komunikasi Visual.....	26
2.9.1	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	26
2.10	Kerangka Teori	31
BAB 3		32
DATA DAN ANALISIS.....		32
3.1	Data Pemberi Proyek.....	32
3.1.1	Profil Perusahaan	32
3.1.2	Profil Produk.....	33
3.1.3	Data Produk.....	34
3.1.4	Feature, Advantage, Benefit (FAB)	38
3.1.5	Unique Selling Point (USP).....	38
3.1.6	Media Sosial Perusahaan.....	39
3.2	Data Khalayak Sasaran	44
3.2.1	Analisis AOI.....	45
3.3	Data Permasalahan	47
3.4	Data Hasil Observasi.....	47
3.5	Data Wawancara	48
3.6	Data Kuisisioner	50
3.7	Data Kompetitor.....	52
3.7.1	Bumble	52
3.7.2	Tantan	54
3.7.3	Data Analisis Kompetitor	55
3.8	Penarikan Kesimpulan	57
3.8.1	Rangkuman Hasil Wawancara	57

3.8.2	Rangkuman Hasil Observasi.....	58
3.8.3	Rangkuman Hasil Kuesioner	58
3.8.4	Rangkuman Hasil Perbandingan.....	58
BAB 4	60
STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....		60
4.1	Strategi.....	60
4.1.1	Strategi Komunikasi.....	60
4.1.2	Strategi Kreatif.....	62
4.1.3	Strategi Visual.....	64
4.1.4	Strategi Media	68
4.2	Hasil Perancangan	70
4.2.1	Media Utama.....	70
4.6.2	Media Pendukung	73
BAB 5	78
PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		83
	<i>Pertanyaan Kuesioner Penelitian</i>	83
	Penggunaan Aplikasi Tinder oleh Perempuan Generasi Milenial di Kota Bandung dalam Mencari Pasangan.....	83