

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis Data.....	7
1.8 Kerangka Perancangan.....	9
1.9 Pembabakan.....	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI.....	11

2.1	Promosi	11
2.1.1	Tujuan dan Fungsi Promosi	11
2.1.2	Strategi Promosi.....	13
2.2	Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	14
2.2.1	Segmenting	14
2.2.2	Targeting.....	14
2.2.3	Positioning	14
2.3	Desain	15
2.4	Desain Tematik	15
2.5	Desain Kemasan	15
2.6	Teknologi	16
2.6.1	Teknologi Dalam Pemasaran	16
2.7	Iklan	17
2.7.1	Tujuan Iklan.....	18
2.7.2	Fungsi Iklan	19
2.7.3	Daya Tarik Iklan	19
2.8	Media Iklan ATL, BTL, TTL	20
2.8.1	ATL (Above The Line).....	20
2.8.2	BTL (Below The Line)	20
2.8.3	TTL (Through The Line)	20
2.9	Visualisasi Media	21
2.9.1	Media Iklan	21
2.9.2	Media POP (<i>Point of Purchase</i>)	22
2.9.3	Komunikasi POP.....	22
2.9.4	Media Luar Ruang	23
2.9.5	Media Digital	24
2.10	Teori Desain Komunikasi Visual	25
2.10.1	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	26
2.10.2	Elemen Desain Komunikasi Visual	30

2.11 Kerangka Berpikir	31
BAB III.....	33
DATA DAN ANALISIS.....	33
3.1 Profil Perusahaan	33
3.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Seluler.....	33
3.1.2 Data Brand by.U	34
3.1.3 FAB (<i>Features, Advantage, Benefits</i>).....	35
3.1.4 Aplikasi by.U	36
3.1.5 Sosial Media by.U.....	40
3.2 Data Khalayak Sasar.....	41
3.2.1 Targeting.....	42
3.2.2 Positioning	42
3.2.3 Costumer Journey	42
3.2.4 AOI (<i>Activity, Opinion, Interest</i>).....	43
3.3 Data Permasalahan	44
3.4 Data Wawancara	44
3.5 Data Kuesioner	47
3.6 Data Kompetitor	50
3.6.1 IM3.....	50
3.7 Analisis Matriks Perbandingan.....	52
3.8 Analisis SWOT.....	56
3.9 Kesimpulan Hasil Analisis Data.....	57
BAB IV	59
KONSEP DAN PERANCANGAN	59
4.1 Strategi.....	59
4.1.1 Strategi Pesan/Komunikasi.....	59
4.1.2 Strategi Kreatif/Big Idea	60
4.1.3 Strategi Visual.....	64

4.1.4 Strategi Media.....	66
4.2 Visualisasi Hasil Perancangan.....	71
4.2.1 Attention	71
4.2.2 Interest	73
4.2.3 Search.....	78
4.2.4 Action.....	81
4.2.5 Share	87
BAB V.....	92
KESIMPULAN.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93