

## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL.....                                | i     |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....               | ii    |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....              | iii   |
| HALAMAN PENGESAHAN PRODI DAN PENGUJI.....         | iv    |
| KATA PENGANTAR .....                              | v     |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....      | vii   |
| ABSTRAK .....                                     | viii  |
| ABSTRACT .....                                    | ix    |
| DAFTAR ISI.....                                   | x     |
| DAFTAR GAMBAR .....                               | xiv   |
| DAFTAR TABEL.....                                 | xvii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                             | xviii |
| BAB I      PENDAHULUAN .....                      | 1     |
| 1.1      Latar Belakang Penelitian .....          | 1     |
| 1.2      Identifikasi Masalah.....                | 5     |
| 1.3      Rumusan Masalah.....                     | 5     |
| 1.4      Tujuan Penelitian .....                  | 5     |
| 1.5      Manfaat Penelitian .....                 | 5     |
| 1.6      Sistematika Penulisan Laporan Tesis..... | 6     |
| BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....                | 8     |
| 2.1      Tinjauan Pustaka .....                   | 8     |
| 2.1.1 <i>Design Thinking</i> .....                | 8     |
| 2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....                | 10    |
| 2.1.3 <i>Positioning</i> .....                    | 12    |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 2.1.4   | <i>Bauran Pemasaran (marketing mix, the four Ps)</i> .....                               | 12 |
| 2.1.5   | <i>Promosi</i> .....   | 14 |
| 2.1.5.1 | Bauran Promosi.....  | 14 |
| 2.1.5.2 | Strategi Pesan Promosi (Iklan) dan <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> ..... | 15 |
| 2.1.5.3 | Media Promosi .....  | 17 |
| 2.1.5.4 | <i>Content Pillar</i> .....  | 18 |
| 2.1.6   | Perilaku dan Psikologis <i>Generasi Z</i> .....  | 19 |
| 2.1.7   | Desain.....  | 21 |
| 2.1.7.1 | Desain Komunikasi Visual (DKV) .....   | 21 |
| 2.1.7.2 | Elemen-elemen dalam Desain Grafis.....   | 22 |
| 2.1.7.3 | <i>Copywriting</i> .....   | 25 |
| 2.2     | Penelitian Terdahulu .....   | 26 |
| 2.3     | Kerangka Teori .....   | 29 |
| 2.4     | Asumsi Penelitian .....  | 30 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN.....   | 31 |
| 3.1     | Pendekatan Penelitian .....  | 31 |
| 3.1.1   | Populasi dan Sampel .....  | 31 |
| 3.1.2   | Fokus Penelitian.....  | 32 |
| 3.1.3   | Metode Pengumpulan Data.....   | 33 |
| 3.1.4   | Uji Validitas Data .....   | 35 |
| 3.1.5   | Metode Analisis Data .....   | 36 |
| 3.2     | Kerangka Penelitian .....  | 38 |
| BAB IV  | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....  | 39 |
| 4.1     | Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 39 |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 4.1.1   | Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) .....   | 39 |
| 4.1.2   | Institut Teknologi Harapan Bangsa (ITHB) – S1 DKV .....  | 41 |
| 4.1.3   | Universitas Widyatama – D4 Desain Grafis .....   | 42 |
| 4.1.4   | Universitas Pasundan (UNPAS) – S1 DKV .....  | 44 |
| 4.2     | Hasil Penelitian ( <i>Empathize</i> ).....   | 46 |
| 4.2.1   | Observasi.....   | 46 |
| 4.2.2.1 | Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) .....   | 46 |
| 4.2.2.2 | Institut Teknologi Harapan Bangsa (ITHB) .....   | 49 |
| 4.2.2.3 | Universitas Widyatama .....  | 51 |
| 4.2.2.4 | Universitas Pasundan (UNPAS).....  | 54 |
| 4.2.2   | Wawancara .....  | 56 |
| 4.2.2.1 | Bapak Rizki Maulana Rachman, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) Bandung.....  | 56 |
| 4.2.2.2 | Ibu Winda Permatasari Simarmara, A.Md.I.Kom selaku Sekretaris Ketua Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) Bandung .....   | 57 |
| 4.2.2.3 | Ibu Widia Yuliana selaku Staf BAAK (Biro Administrasi Akademik dan kemahasiswaan) dan Ibu Sylvia Karina P,S,S selaku Staf LPMI (Lembaga Penjamin Mutu Internal) Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) Bandung ..... | 58 |
| 4.2.2.4 | Bapak Helmy C.B.W, S.Ds selalu Marketing Support Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI) Bandung .....  | 59 |
| 4.2.2.5 | Wawancara dengan Para Mahasiswa - <i>User</i> .....  | 62 |
| 4.2.3   | Kuesioner .....  | 66 |
| 4.3     | Pembahasan Hasil Penelitian ( <i>Define</i> ).....   | 72 |
| 4.3.1   | Analisis Pasar (Identifikasi Pasar) .....  | 77 |

|                |  |     |
|----------------|--|-----|
| 4.3.2          | Analisis Unsur Visual.....                 | 81  |
| 4.3.3          | Analisis Pesan Promosi.....                | 92  |
| 4.3.4          | Analisis Matriks Perbandingan.....         | 96  |
| 4.1.5          | Analisis Matriks Penarikan Kesimpulan..... | 98  |
| 4.4            | Ideate (Ide).....                          | 101 |
| 4.5            | Rekomendasi Strategi Promosi.....          | 101 |
| BAB V          | KESIMPULAN DAN SARAN.....                  | 110 |
| 5.1            | Kesimpulan.....                            | 110 |
| 5.2            | Saran.....                                 | 111 |
| LAMPIRAN       | .....                                      | 112 |
| DAFTAR PUSTAKA | .....                                      | 116 |