

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Pengumpulan Data dan Analisis.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2 Metode Analisis Data.....	4
1.6 Kerangka Penelitian.....	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	8
2.1.1 Definisi Pemasaran Digital	8
2.1.2 Jenis-jenis Pemasaran Digital	8
2.2 <i>Website</i>	9
2.2.1 Definisi <i>Website</i>	9
2.2.2 Fungsi <i>Website</i>	10
2.2.3 <i>UI/UX</i>	11
2.3 Desain Komunikasi Visual	19
2.3.1 Definisi Desain Komunikasi Visual	19
2.3.2 Prinsip dalam Desain	19
2.4 <i>User Persona</i>	22
2.5 <i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	22
2.5.1 Definisi <i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	22
2.5.2 Komponen <i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	22
2.6 <i>S.W.O.T (Strength, Weakness, Opportunities, Threat)</i>	23
2.6.1 Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT	23
2.7 BMC (Bisnis Model Canvas).....	24
2.8 <i>Attention, Interest, Search, Action, Share (AISAS)</i>	25

2.9 Usability Testing	26
2.10 Kerangka Teori	27
2.11 Asumsi	27
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA	28
3.1 Data.....	28
3.1.1 Data Perusahaan.....	28
3.1.2 Data Produk	28
3.1.3 Data Observasi.....	32
3.1.4 Data Khalayak Sasaran	35
3.1.5 Data Wawancara	37
3.1.6 Data Pesaing	39
3.1.7 Data Kuisisioner	42
3.2 Analisis Data	45
3.2.1 Analisis Data Perusahaan.....	45
3.2.2 Analisis Data Produk	50
3.2.3 Analisis Data Observasi	50
3.2.4 Analisis Data Khalayak Sasar	50
3.2.5 Analisis Data Wawancara	51
3.2.6 Analisis Data Pesaing Melalui Matriks Perbandingan.....	52
3.2.7 Analisis Kuisisioner.....	57
3.3 Kesimpulan	58
3.3.1 Matriks Penarikan Kesimpulan.....	58
3.3.2 Kesimpulan Keseluruhan	61
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	62
4.1 Konsep Perancangan	62
4.1.1 <i>Big Idea</i>	62
4.1.2 Konsep Kreatif.....	63
4.1.3 Konsep Visual.....	63
4.1.4 Konsep Media	67
4.1.5 Konsep Bisnis	68
4.2 Hasil Perancangan (<i>Prototype</i>)	69
4.2.1 <i>Sitemap</i>	69
4.2.2 <i>User Flow</i>	71
4.2.3 <i>Low Fidelity</i>	72
4.2.4 <i>High Fidelity</i>	77
4.2.5 Media Pendukung	81
4.3 Usability Testing.....	86
BAB V	91
PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	95