

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
A. Primer	4
1. Wawancara	4
2. Kuesioner	5
B. Sekunder	6
1.7 Metode Analisis Data	6
A. SWOT	6
B. Segmentasi Pasar	7
1.8 Kerangka Penelitian	8
1.9 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori DKV	10
2.2 Teori Periklanan	11
1. Attention	12
2. Interest	12
3/ Search	13
4. Action	13
5. Share	13
2.3 Teori <i>Online Advertising</i>	14

1. Media Sosial	15
2. Ad banner	15
3. <i>Videogame</i>	16
2.4 Teori Strategi Desain	17
2.5 Teori Analisis SWOT	18
2.6 Teori Segmentasi Pasar	19
2.7 Teori Desain Grafis	20
1. Ilustrasi	20
2. Warna	21
3. Tipografi	23
4. Layout	23
2.8 Teori Mesin Pembuat Game	24
2.9 Kerangka Teori	25
BAB III DATA DAN ANALISIS	26
3.1 Data	26
3.1.1 Data Produk	26
3.1.2 Data Wawancara	27
3.1.3 Data Kuesioner	30
3.1.4 Data Desain Terdahulu	31
3.1.5 Data Pesaing Sejenis	33
3.2 Analisis Data	35
3.2.1 Hasil Analisis Data	35
3.2.2 Data Hasil wawancara	36
3.2.3 Data Hasil Kuesioner	36
3.2.3.1 Data Khalayak Sasaran Primer	36
a. Demografis	36
b. Psikografis	36
3.2.3.2 Kuesioner	37
3.2.4 Hasil Analisis Data Proyek Sejenis	38
3.2.4.1 SWOT	39

3.3 Penarikan Kesimpulan	40
Data		
BAB IV KONSEP	41
STRATEGI PROMOSI		
4.1 Konsep Perancangan	41
4.2 Konsep Pesan	41
4.3 Konsep Kreatif	42
4.4 Konsep Visual	43
1. Ilustrasi	43
2. Warna	44
3. Tipografi	44
4. <i>Layout</i>	45
4.5 Konsep Media	45
4.6 Hasil Perancangan	47
4.6.1 <i>Ad Banner</i>	47
4.6.1.1 Ilustrasi	47
4.6.1.2 Warna	48
4.6.1.3 Tipografi	48
4.6.1.4 Hasil visual	49
4.6.1.5 Hasil Akhir Di	51
Media Sosial		
4.6.2 <i>VideoGame</i>	54
4.6.2.1 Elemen Visual	54
4.6.2.2 Model Pemain	55
4.6.2.3 Hasil Akhir	56
Video Game		
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	i
LAMPIRAN	ii