

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR BAGAN	vi
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Metode Analisis	6
1.8 Kerangka Penelitian.....	8
1.9 Pembabakan	9
BAB II.....	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Pengertian	10
2.1.2 Tujuan	10
2.2 Integrated Marketing Communication (IMC).....	11
2.3 Advertising.....	11
2.4 <i>Digital Marketing</i>	12
2.5 Strategi Pesan	12
2.6 Copywriting.....	13
2.7 <i>Soft Selling</i>	13
2.8 Perilaku Konsumen	14
2.9 Strategi Media	14
2.10 AISAS	16
2.11 Desain Komunikasi Visual.....	17

2.11.1 Warna.....	18
2.11.2 Tipografi.....	18
2.11.3 Tata Letak.....	20
2.12 Kerangka Teori.....	20
BAB III.....	21
3.1 Data Produk.....	21
3.1.1 Cakap.....	21
3.1.2 Aplikasi Cakap.....	22
3.1.3 Media Sosial Cakap.....	25
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	28
3.2.1 Demografis.....	28
3.2.2 Psikografis.....	28
3.2.3 Geografis.....	28
3.2.4 Consumer Journey.....	28
3.2.5 AOI (Activity, Opinion, Interest).....	29
3.3 Data Empirik.....	30
3.3.1 Data Wawancara.....	30
3.3.2 Data Observasi.....	31
3.3.3 Data Kuesioner.....	33
3.4 Data Kompetitor.....	35
3.4.1 Skill Academy by Ruangguru.....	35
3.4.2 RevoU.....	36
3.4.3 Analisis SWOT.....	36
3.4.4 Analisis Matriks Perbandingan.....	38
3.5 Kesimpulan Analisis Permasalahan.....	40
BAB IV.....	41
4.1 Konsep Perancangan.....	41
4.2 Strategi Komunikasi.....	41
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	41
4.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	41
4.2.3 Gaya Bahasa.....	42
4.3 Strategi Pesan.....	42
4.4 Strategi Kreatif.....	43
4.4.1 Metode AISAS.....	44
4.4.2 Timeline.....	45
4.5 Creative Brief.....	47

4.6 Konsep Visual	48
4.6.1 Visual Khalayak & Indikator.....	48
4.6.2 Consumer Journey	48
4.6.3 Gaya Visual	48
4.6.4 Tipografi	49
4.6.5 Warna.....	50
4.7 Konsep Media	51
4.7.1 Media Utama	53
4.7.2 Media Pendukung	53
4.8 Hasil Perancangan.....	55
4.8.1 <i>Visual Identity</i>	55
4.8.2 <i>Photocard</i>	55
4.8.3 Filter Instagram.....	56
4.8.4 Video Digital	57
4.8.5 Videotron	58
4.8.6 <i>Interactive Display</i>	59
4.8.7 Poster	62
4.8.8 Video Konten.....	63
4.8.9 Instagram Feeds.....	63
4.8.10 X-Banner	64
4.8.11 <i>Merchandise</i>	65
4.9 Perkiraan Anggaran Kegiatan Promosi	69
BAB V	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
LAMPIRAN.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	78