

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Pendahuluan	2
1.2 Permasalahan	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Ruang Lingkup	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Metodologi Penelitian	9
1.6.1 Pengumpulan Data.....	9
1.6.2 Analisis Data.....	10
1.7 Kerangka Penelitian	11
1.8 Pembabakan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Promosi.....	13
2.1.1 Tujuan Promosi.....	13
2.1.2 Strategi Promosi.....	13
2.1.3 Bauran Promosi	14
2.1.4 Media Promosi.....	14
2.1.5 Visualisasi Promosi	15
2.2 Periklanan	16
2.2.1 ATL (<i>Above-the-line</i>)	16
2.2.2 BTL (<i>Below-the-line</i>).....	17
2.2.3 TTL (<i>Through-the-line</i>).....	17
2.2.4 Tujuan Iklan.....	17
2.2.5 Jenis – jenis Iklan Berdasarkan Fungsinya	17

2.3	Perilaku Konsumen	18
2.3.1	Faktor – Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
2.3.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembeli.....	18
2.4	Perancangan Desain Tematik Edisi Jawa Barat	19
2.4.1	Desain	19
A.	Desain Tematik.....	19
B.	Desain <i>Packaging</i>	19
2.4.2	Gaya Desain.....	20
2.4.3	<i>Booth</i>	20
A.	Tipe – tipe <i>Booth</i>	21
2.4.4	Budaya Jawa Barat	21
2.5	Maskot	24
2.5.1	Ciri-ciri maskot	25
2.6	Media Sosial	25
2.7	Generasi Z	26
2.8	Desain Komunikasi Visual	26
2.8.1	Ilustrasi	26
2.8.2	Fotografi	26
2.8.3	Tipografi	27
2.8.4	<i>Copywriting</i>	27
2.8.5	Desain Grafis	27
2.9	Kerangka Berfikir.....	29
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		30
3.1	Data Profil	30
3.1.1	Profil Umum PT Bank BTPN, Tbk	30
3.1.2	Bank Jenius	31
3.1.3	Aplikasi Bank Jenius	32
3.1.4	Fitur - fitur Bank Jenius	33
3.1.5	Kartu Debit Bank Jenius	35
3.1.6	<i>Booth Mall</i>	37
3.1.7	Analisis Data dan Produk	38
3.1.8	Media Promosi Bank Jenius	44
3.2	Data Khalayak Sasar.....	46
3.2.1	Segmenting	46

3.2.2	Targeting	47
3.2.3	Positioning	47
3.2.4	<i>Consumer Journey</i>	47
3.2.5	AOI (<i>Activity, Opinion, Interest</i>)	49
3.3	Data Hasil Wawancara	50
3.3.1	Wawancara <i>Target Audience 1</i>	50
3.3.2	Wawancara <i>Target Audience 2</i>	51
3.3.3	Wawancara Pihak <i>Mall Booth Stand Bank Jenius</i>	52
3.4	Data Hasil Kuisisioner	53
3.4.1	Profil Responden	53
3.4.2	Hasil Kuisisioner <i>Target Audience</i>	54
3.5	Data Kompetitor	55
3.5.1	Bank Jago	55
3.5.2	Line Bank	63
3.5.3	Analisis SWOT Kompetitor	69
3.5.4	Analisis Matriks Perbandingan	70
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		71
4.1	Strategi	71
4.1.1	Strategi Perancangan	71
4.1.2	Strategi Komunikasi	71
4.1.3	Strategi Pesan (<i>What to Say</i>)	72
4.1.4	Strategi Kreatif (<i>How to Say</i>)	73
4.1.5	Strategi Visual	77
4.1.6	Strategi Media	80
4.2	Hasil Perancangan	82
4.2.1	<i>Attention</i>	82
4.2.2	<i>Interest</i>	85
4.2.3	<i>Search</i>	90
4.2.4	<i>Action</i>	94
4.2.5	<i>Share</i>	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran Bagi Bank Jenius	98

5.2.2	Saran Bagi Perancangan Selanjutnya	99
	DAFTAR PUSTAKA	100
	LAMPIRAN	102