

Daftar Isi

Daftar Isi.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	7
1.1 Latar Belakang Masalah.....	7
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Ruang Lingkup.....	9
1.5 Tujuan Perancangan.....	10
1.6 Metode Penelitian.....	10
1.6.1 Pengumpulan Data:.....	11
1.6.2 Analisis Data:.....	11
1.7 Kerangka Penelitian.....	13
1.8 Pembabakan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Teori Wellbeing.....	16
2.2 Teori Budaya Kerja.....	16
2.3 Teori Promosi.....	16
2.4 Teori Promosi Business-to-Business (B2B).....	17
2.5 Teori Promosi Event.....	17
2.6 Teori Branding dalam Media Digital.....	18
2.7 Teori Advertising.....	18
2.7.1 Strategi Advertising.....	18
2.8 Teori Out of Home (OOH).....	19
2.9 Teori Ambient Media.....	19
2.10 Teori Point of Purchase (POP).....	20
2.10.1 Teori Wobbler.....	20
2.11 Teori Media.....	20
2.11.1 Media Cetak.....	20
2.11.2 New Media.....	21
2.12 Teori Visual Merchandise.....	21
2.13 AISAS.....	21
2.14 SWOT.....	22
2.15 Customer Journey.....	22
2.16 AOL.....	23
2.17 Teori Desain Komunikasi Visual.....	23

2.17.1 Tipografi.....	23
2.17.2 Warna.....	24
2.17.3 Identitas Visual.....	24
2.17.4 Layout.....	24
2.18 Kerangka Teori.....	25
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	26
3.1 Data Perancangan.....	26
3.1.1 Data Lembaga.....	26
A. Sejarah Perusahaan.....	26
Gambar 3.1 Logo PT. Telkomsel	
Sumber: Profil Telkomsel.....	26
3.1.2 Data Wellbeing Telkomsel Program.....	28
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	31
3.1.4 Data Customer Journey.....	31
3.1.5 Data Kampanye Wellbeing Activity Perusahaan Lain.....	33
3.2 Data Permasalahan.....	35
3.2.1 Rendahnya Awareness Karyawan Indonesia terhadap Work-Life Balance.....	36
3.2.2. Tingkat Kepuasan Karyawan terhadap Kehidupan dan Pekerjaan di Tahun 2023.....	37
3.2.3 Pengaruh Employee WellBeing Terhadap Kinerja Karyawan.....	38
3.3 Data Empiris.....	39
3.3.1 Observasi.....	39
3.3.2 Wawancara Narasumber.....	42
3.4 Data Analisis.....	47
3.4.1 SWOT.....	47
3.4.2 AOI.....	50
3.5 Data Kesimpulan.....	51
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	54
4.1 Konsep Perancangan.....	54
4.1.1 Konsep Pesan (Big Idea).....	54
4.1.2 Konsep Kreatif (Creative Approach).....	54
4.1.3 Konsep Media Pemasaran.....	55
Sumber:Pratama,2025.....	55
4.1.4 Konsep Komunikasi Visual.....	55
4.2 Hasil Perancangan.....	61
4.2.1 Logo Program.....	61
4.2.2 ATTENTION.....	64
Spanduk.....	64
Umbul-umbul.....	65

Street Furniture.....	66
TVC.....	68
Ambient Media.....	69
Whatsapp Blast.....	69
Tiktok Video.....	71
E-Billboard.....	72
X-banner.....	73
4.2.3 INTEREST.....	73
Instagram Feed.....	73
Instagram Story.....	74
Flyer.....	75
.....	76
4.2.4 SEARCH.....	76
Website.....	76
4.2.5 ACTION.....	77
Poster.....	78
Floor sticker.....	78
Event Talkshow Wellbeing day.....	79
Wobbler.....	80
4.2.6 SHARE.....	82
Instagram Filter.....	82
Merchandise.....	82
Instagram Reels.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87