

## DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	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 Perancangan .....	4
1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data .....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Perancangan.....	8
1.7 Pembabakan .....	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN .....	15
2.1 Inovasi.....	11
2.1.1 Inovasi Disruptif .....	12
2.2 Strategi .....	14
2.2.1 Strategi Unit Bisnis .....	14
1. Analisis TOWS.....	15
2. Analisis PEST.....	17
3. Analisis STP .....	19
4. Analisis PLC.....	21

5. Analisis Porter Generik .....	25
6. Analisis Matrix Perbandingan .....	26
2.3 Pemasaran .....	27
2.3.1 Pemasaran .....	29
2.3.2 Bauran Pemasaran .....	30
2.4 Perilaku Konsumen .....	33
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	33
2.4.2 Model Perilaku Konsumen .....	33
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	35
2.4.4 Tahap Keputusan Pembelian .....	35
2.5 Komunikasi Media .....	37
2.5.1 Komunikasi Massa .....	39
2.5.2 Media Massa .....	39
2.5.3 Perancangan Media .....	41
2.6 Merek .....	46
2.6.1 Pengertian Merek .....	46
2.6.2 Ekuitas Merek .....	47
2.7 Desain Komunikasi Visual .....	48
2.7.1 Logo .....	48
2.7.2 Layout .....	50
2.7.3 Warna .....	52
2.7.4 Tipografi .....	55
<b>BAB III Data dan Analisis Masalah .....</b>	<b>61</b>
3.1 Data Perusahaan .....	61
3.1.1 Sejarah Perusahaan .....	61
3.1.2 Visi Misi Perusahaan .....	62
3.1.3 Logo Perusahaan .....	63
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	64
3.1.5 Data Visual Terdahulu .....	64
3.2 Data Produk .....	71
3.2.1 Layanan dan Tarif .....	71
3.2.2 Fitur Aplikasi .....	72

3.3 Data Khalayak Sasaran .....	73
3.3.1 STP.....	73
3.3.2 Profil Konsumen .....	75
3.4 Data Perusahaan Sejenis .....	76
3.4.1 Gojek.....	76
3.4.2 Ojek 86.....	78
3.5 Data Visual Pesaing Sejenis.....	79
3.5.1 Gojek.....	79
3.5.2 Ojek 86.....	82
3.6 Data Hasil Observasi.....	84
3.6.1 Call Jack.....	85
3.6.2 Gojek.....	87
3.6.3 Ojek 86.....	88
3.7 Data Hasil Wawancara.....	89
3.7.1 Wawancara CEO Call Jack .....	89
3.7.2 Wawancara Divisi Marketing .....	92
3.7.3 Wawancara Driver Call Jack.....	94
3.7.4 Wawancara Penumpang dan Pengguna Aplikasi Call Jack.....	95
3.8 Analisis Data .....	96
3.8.1 Analisis Data Wawancara .....	99
3.8.2 Analisis Data Visual Terdahulu .....	97
3.8.3 Analisis Matriks .....	102
A. Matriks Tinjauan Pesaing Sejenis.....	102
B. Matriks Perbandingan Media Visual Pesaing Sejenis .....	107
3.9 Analisis Strategi Desain .....	107
3.91 Formulasi Strategi Desain.....	107
A. Analisis Eksternal .....	108
1. PEST .....	108
2. Porter 5 Force's.....	110
B. Analisis Internal .....	113
1. Operasional .....	113
2. Pelayanan .....	113

3. Pengadaan .....	114
4. Pengembangan Teknologi.....	114
5. Manajemen Sumber Daya Manusia .....	114
6. Pemasaran .....	115
A. Marketing Mix .....	115
B. PLC.....	117
3.9.2 Pemilihan Strategi .....	119
A. Analisis TOWS.....	119
a. Analisis Matriks TOWS .....	121
b. Analisis Strategi TOWS Terpilih .....	131
B. Porter Generik.....	132
3.10 Kesimpulan Hasil Analisis Data .....	133
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....	136
4.1 Strategi Desain .....	136
4.2 Konsep Pesan .....	136
4.2.1 Tujuan Pesan .....	138
4.2.2 Sasaran Pesan.....	139
4.2.3 Strategi Pesan.....	140
4.3 Konsep Kreatif .....	141
4.4 Konsep Visual .....	142
4.5 Konsep Media .....	147
4.5.1 Pemilihan Media .....	147
4.5.2 Penjadwalan Media.....	151
4.5.3 Budgeting Media.....	152
4.6 Hasil Perancangan.....	154
4.6.1 Logo .....	154
4.6.2 <i>Coorporate Identity</i> .....	157
4.6.3 Media Promosi Call Jack .....	159
BAB V PENUTUP.....	166
5.1 Kesimpulan .....	166
5.2 Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA .....	169

LAMPIRAN.....	171
---------------	-----