

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN AKADEMIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	2
1.4 Ruang Lingkup Permasalahan.....	2
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis.....	7
1.8 Skema Penelitian.....	8
1.9 Pembabakan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Desain Komunikasi Visual.....	10
2.1.1 Unsur Unsur Desain Komunikasi Visual.....	10
2.1.2 Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	13
2.1.3 Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual.....	15
2.1.4 Layout dalam Desain Komunikasi Visual.....	16
2.2 Periklanan.....	16

2.2.1 Fungsi Periklanan.....	17
2.2.2 Tujuan Periklanan.....	17
2.2.3 Struktur Periklanan.....	17
2.2.4 Pesan Periklanan.....	18
2.2.5 Daya Tarik Periklanan.....	19
2.2.6 Frekuensi Periklanan.....	21
2.3 Strategi Kreatif Periklanan.....	21
2.3.1 Pengertian Strategi Kreatif Periklanan.....	21
2.3.2 Pendekatan Strategi Kreatif Periklanan.....	21
2.3.3 Taktik Kreatif Teknik Visual.....	23
2.4 Promosi.....	24
2.4.1 Pengertian Promosi.....	24
2.4.2 Tujuan Promosi.....	24
2.4.3 Indikator Bauran Promosi.....	24
2.5 Keputusan Pembelian dan Perilaku Konsumen.....	27
2.6 Pemasaran Visual di Media Sosial.....	29
2.6.1 Kekuatan Persuasi Tampilan Visual.....	29
2.6.2 Media Sosial Adalah Bercerita.....	29
2.6.3 Kekuatan Konten di Media Sosial.....	30
2.6.4 Branding di Media Sosial.....	30
 BAB III DATA OBJEK PENELITIAN.....	 32
3.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	32
3.2 Deskripsi Iklan Bukalapak.....	36
3.3 Kompetitor Bukalapak.....	42
3.3.1 SWOT Brand Kompetitor.....	44
3.3.2 Analisis SWOT Bukalapak.....	45
3.4 Data Khalayak Sasaran.....	47
3.4.1 Geografis.....	47
3.4.2 Demografis.....	47
3.4.3 Psikografis.....	47

3.5 Data Kuisisioner.....	47
3.6 Populasi dan Sampel.....	48
 BAB IV PEMBAHASAN.....	 49
4.1 Analisis Strategi Kreatif	49
4.1.1 Analisis Strategi Kreatif Obyek Visual.....	50
4.1.2 Analisis Strategi Kreatif Visual Iklan.....	58
4.1.3 Deskripsi Hasil Analisis Strategi Kreatif Iklan Bukalapak.....	83
4.2 Analisis Pengaruh Iklan Bukalapak Terhadap Perilaku Konsumen.....	87
4.2.1 Hasil Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Perilaku Konsumen.....	99
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 101
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
 DAFTAR PUSTAKA.....	 104
Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....	.10

