

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Pengumpulan Data dan Analisis	6
1.6.1 Pengumpulan Data	6
1.6.2 Analisis Metrix Gabungan	7
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9

BAB II DASAR PEMIKIRAN

2.1	Teori Komunikasi	11
2.2.1	Pengertian Komunikasi	11
2.2.2	AISAS	11
2.2	Desain Komunikasi Visual	14
2.2.1	Teori Tipografi	14
2.2.2	Teori Ilustrasi	19
2.2.3	Teori Warna	26
2.2.4	Teori Layout	28
2.3	Teori Logo	32
2.4	Aplikasi mobile	33
2.4.1	Sistem Operasi Android	34
2.5	User Interface	38
2.5.1	Warna	38
2.5.2	Icons	38
2.5.3	Imagery	39
2.5.4	Typography	39
2.5.5	Writing	40
2.6	User Experience	41
2.7	Business Model Canvas	43

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data Pengantar	44
3.1.1	Smart City	44
3.1.2	Profil Dinas Perhubungan Kota Bandung	46
3.1.2.1	Trans Metro Bandung	52
3.1.2.2	Bus Sekolah Kota Bandung	53
3.1.2.3	Angkutan Kliling Bandung (Angklung)	55
3.1.2.4	Bandung Tour on Bus (Bandros)	56
3.1.2.5	Angkutan Kota	57
3.2	Data Khalayak Sasaran	58
3.3	Data Aplikasi Serupa	59
3.4	Data Pertanyaan Wawancara dan Kuisisioner	62
3.4.1	Data Hasil Wawancara	62
3.4.2	Data Hasil Kuisisioner	65
3.5	Analisis Data	75
3.5.1	Analisis Data Wawancara	75
3.5.2	Analisis Data Kuisisioner	75
3.5.3	Analisis Matrix Perbandingan	76
3.6	Kesimpulan Hasil Analisis	79

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1	Konsep Pesan	80
4.1.1	Tujuan Pesan	80
4.1.2	Sasaran Komunikasi	81
4.1.3	Strategi Komunikasi	81
4.3	Mind Mapping	83
4.4	Konsep Kreatif	84
4.5	Konsep Media	87
4.6	Konsep Visual	87
4.7.1	Logo	88
4.7.2	Icon	91
4.7.3	Font.....	92
4.7.4	Tampilan	92
4.7	Konsep Bisnis	93
4.7.1	Value Proposition	93
4.7.2	Costumer Segment	95
4.7.3	Customer Relationship	95
4.7.4	Channel	96
4.7.5	Revenue Stream	96
4.7.6	Key Activities	96
4.7.7	Key Resources	97
4.7.8	Key Partner	97
4.7.9	Cost Structure	98

4.7.10	Konsep Marketing Communication	98
4.8	Anggaran Dana Aplikasi	99
4.9	Hasil Perancangan	101
4.9.1	Splash Screen	101
4.9.2	Login Screen	102
4.9.3	Home	104
4.10	Media Pendukung	111
4.10.1	Baju	111
4.10.2	X-Banner	112
4.10.3	Sosial Media	113

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	118
5.2	Saran	119