

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Teknik Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II	
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Tujuan Promosi	9
2.1.2 Bauran Promosi	10

2.1.3	Strategi Promosi	12
2.2	Pemasaran.....	14
2.2.1	Bauran Pemasaran	14
2.2.2	Strategi Pemasaran	16
2.3	Periklanan	18
2.4	Perilaku Konsumen	19
2.4.1	Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.4.2	Target Audiens	22
2.5	Komunikasi.....	23
2.6	Media.....	24
2.6.1	Fungsi Media	25
2.6.2	New Media	26
2.7	Desain Komunikasi Visual	27
2.7.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual	28
2.7.2	Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual	29
2.7.3	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	32
BAB III		
3.1	Data Institusi.....	37
3.1.1	Bank Central Asia.....	37
3.1.1.2	Produk BCA	37
3.1.2	Sakuku	38
3.1.2.1	Cara Mendapatkan Sakuku.....	39
3.1.2.2	Sakuku Plus	40
3.1.2.3	Fitur Aplikasi Sakuku.....	41
3.1.2.4	Daftar Merchant Sakuku.....	43
3.1.2.5	Promosi Yang Sudah Dilakukan	45
3.2	Permasalahan	49
3.3	Data Khalayak Sasaran.....	50
3.4	Data Sejenis	52
3.4.1	Go-Pay.....	52

3.4.2	Fitur Go-Pay	53
3.4.3	Promosi Yang Dilakukan	54
3.4.4	SWOT.....	56
3.5	Data Empirik	57
3.5.1	Observasi	57
3.5.2	Wawancara	58
3.5.3	Kuesioner.....	58
BAB IV		
4.1	Konsep Perancangan.....	60
4.1.1	Strategi Promosi	60
4.1.2	Strategi Komunikasi	61
4.1.3	Strategi Kreatif	61
4.1.4	Strategi Media	64
4.1.5	Strategi Visual	66
4.2	Hasil Perancangan	69
4.2.1	Rancangan Logo	69
4.2.2	Rancangan Poster	70
4.2.3	Rancangan Konten Sosial Media.....	71
4.2.4	Rancangan Billboard	75
4.2.5	Rancangan 3D Maquette Event	76
BAB V		
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		79