

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penulisan .....	5
1.6 Ruang Lingkup.....	6
1.7 Metodologi Penelitian .....	6
1.7.1 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.7.2 Metode Analisis .....	7
1.8 Kerangka Berpikir .....	9
1.9 Pembabakan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Promosi .....	11
2.1.1 Tujuan Promosi .....	11
2.1.2 Bauran Promosi.....	11
2.1.3 Strategi Promosi.....	12
2.2 Periklanan (Advertising) .....	12
2.2.1 Fungsi Kreatif .....	13
2.2.2 Strategi Kreatif .....	13
2.3 Media .....	14

2.3.1 Strategi Media .....	14
2.3.2 Media Komunikasi .....	14
2.3.3 Brand Activation .....	16
2.3.3 Tujuan Brand Activation.....	16
2.3.3 Bentuk Brand Activation.....	16
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	16
2.4.1 Tipografi.....	20
2.4.1.1 Copywriting .....	21
2.4.2 Layout .....	24
2.4.3 Photography .....	25
2.5 Target Audience .....	25
<b>BAB III DATA OBJEK PENELITIAN</b>	
3.1 Data Institusi .....	26
3.1.1 Open Trip App .....	26
3.1.1.1 Visi Open Trip App.....	27
3.1.1.2 Misi Open Trip App.....	28
3.1.2 Tampilan Aplikasi Open Trip .....	28
3.1.3 Media Sosial Open Trip .....	30
3.2 Data Permasalahan .....	32
3.2.1 Data Penjualan .....	33
3.3 Data Target Audience .....	33
3.3.1 Geografis.....	33
3.3.2 Demografis.....	33
3.3.3 Psikografis.....	34
3.3.4 AOI.....	34
3.4 Data Sejenis.....	35
3.4.1 Traveloka.....	35
3.4.1.1 Data SWOT Traveloka.....	36
3.4.2 Treya.io .....	36
3.4.2.1 Data SWOT Treya.io .....	36
3.4.3 Matriks Kompetitor.....	37
3.5 Data Empirik .....	39

3.5.1 Hasil Wawancara Dengan CEO Open Trip App.....	39
3.5.2 Hasil Wawancara Dengan Target Audience .....	40
3.5.3. Analisis Produk Benefit dan Consumer Insight .....	41
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b>	
4.1 Konsep Perancangan .....	42
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	42
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	42
4.1.2.1 Gaya Bahasa.....	42
4.2 Strategi Pesan .....	43
4.3 Strategi Kreatif .....	44
4.4 Konsep Visual .....	44
4.4.1 Visual Target Audience dan Indikator .....	44
4.4.1.1 Consumer Journey.....	45
4.4.2 Gaya Visual.....	45
4.4.3 Tipografi.....	46
4.4.4 Warna .....	47
4.5 Konsep Media .....	47
4.5.1 Media Utama.....	53
4.5.2 Media Pendukung .....	53
4.6 Hasil Rancangan.....	54
4.6.1 Rancangan Poster .....	54
4.6.2 Media Social Content.....	56
4.6.3 TVC.....	56
4.6.4 X-Banner .....	57
4.6.5 Rancangan Brand Activation .....	58
4.6.6 Rancangan Merchandise .....	59
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran atau Rekomendasi .....	63
Daftar Pustaka .....	64