

## DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	6
1.5 Manfaat Perancangan .....	6
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis .....	6
1.5.2 Manfaat Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.....	6
1.5.3 Manfaat Bagi Instansi Terkait.....	6
1.6 Metode Penulisan .....	7
1.6.1 Metode yang Digunakan .....	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6.3 Metode Analisis .....	8
1.7 Kerangka Perancangan.....	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	12
2.1 Promosi.....	12
2.1.1 Definisi Promosi .....	12
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Promosi .....	13
2.1.3 Bauran Promosi.....	14
2.1.4 Strategi Promosi.....	15
2.2 Pengertian Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	16
2.2.1 Pengertian Iklan .....	17
2.2.2 Tujuan Periklanan .....	19
2.3 Komunikasi .....	19
2.3.1 Proses Komunikasi .....	20
2.4 Media Promosi Dan Media dalam Periklanan.....	21
2.4.1 Media Dalam Promosi .....	21
2.4.2 Media Dalam Periklanan .....	24
2.4.3 Strategi Media.....	25
2.5 Desain Komunikasi Visual .....	26
2.5.1 Unsur Visual .....	27
2.5.2 Identitas Visual .....	32

2.6 Perilaku Konsumen .....	36
2.7 Millenials .....	37
2.7.1 Karakter Generasi Millenial.....	37
2.8 AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) .....	40
2.9 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> ).....	40
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>43</b>
3.1 Data.....	43
3.1.1 Data Grand Royal Wedding Expo .....	43
3.1.2 Data Aplikasi <i>Grand Royal Wedding</i> .....	43
3.1.3 Data Promosi Terdahulu Aplikasi <i>Grand Royal wedding</i> .....	46
3.1.4 Segmentasi, Targeting, dan Positioning .....	48
3.1.5 Data Kompetitor .....	50
3.2 Analisis Data Hasil Wawancara .....	53
3.2.1 Wawancara Owner.....	53
3.2.2 Resume Wawancara.....	53
3.2.3 Kesimpulan Analisis .....	55
3.2.4 Analisis Materik perbandingan dengan competitor .....	56
3.2.5 Analisis S.W.O.T Aplikasi Grand Royal Wedding .....	58
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Konsep Perancangan.....	60
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	60
4.1.2 Pendekatan Komunikasi .....	60
4.1.3 Strategi Pesan.....	61
4.1.4 Strategi Kreatif.....	62
4.1.5 Strategi Media.....	68
4.1.6 Strategi Visual.....	69
4.2 Hasil Perancangan .....	72
4.2.1 Video Promotion.....	72
4.2.2 Poster Promosi .....	74
4.2.3 Poster Media Sosial .....	75
4.2.4 Billboard .....	75
4.2.5 Freestanding Interactive.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulann .....	77
5.2 Saran atau Rekomendasi.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>SUMBER LAIN.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>