

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Pengesahan</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	iv
<b>ABSTRACTION</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Permasalahan</b> .....	3
<b>1.2.1 Identifikasi Masalah</b> .....	3
<b>1.2.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Ruang Lingkup</b> .....	4
<b>1.4 Tujuan Perancangan</b> .....	4
<b>1.5 Manfaat Perancangan</b> .....	5
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	5
<b>1.6.1 Metode Yang Digunakan</b> .....	5
<b>1.6.2 Metode Pengumpulan Data</b> .....	5
<b>1.6.3. Metode Analisis</b> .....	6
<b>1.7 Kerangka Perancangan</b> .....	8
<b>1.8 Sistematika Penulisan</b> .....	9
<b>BAB II</b> .....	10

<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Promosi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Komunikasi .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.1 Unsur – Unsur Komunikasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Pemasaran.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3.1 Bauran pemasaran .....</b>	<b>11</b>
<b>2.4 Iklan.....</b>	<b>12</b>
<b>2.4.1 Fungsi Iklan .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4.2 Elemen-Elemen Iklan.....</b>	<b>13</b>
<b>2.5 Copywriting .....</b>	<b>14</b>
<b>2.6 Target Audience .....</b>	<b>14</b>
<b>2.6.1 Segmentasi Target Audience .....</b>	<b>14</b>
<b>2.6.2 Gaya Hidup.....</b>	<b>15</b>
<b>2.6.3 Consumer Behaviour .....</b>	<b>15</b>
<b>2.6.4 Market Research.....</b>	<b>15</b>
<b>2.7 Media .....</b>	<b>15</b>
<b>2.8 Strategi Kreatif dan Strategi Pesan.....</b>	<b>16</b>
<b>2.9 Perilaku Konsumen.....</b>	<b>18</b>
<b>2.9.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....</b>	<b>18</b>
<b>2.10 Desain Komunikasi Visual.....</b>	<b>20</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>22</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Data Perusahaan .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1.1 Profil Perusahaan.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1.2 Sejarah Produk GameQoo .....</b>	<b>23</b>

3.1.3 Data Produk GameQoo .....	23
3.1.4 Data Media Promosi GameQoo .....	24
3.2 Data Pelanggan GameQoo.....	25
3.3 Data Empirik .....	27
3.3.1 Data Hasil kuesioner .....	27
3.3.2 Data Hasil Wawancara .....	27
3.3.3 Data Hasil Observasi.....	28
3.4 Data Khalayak Sasaran .....	29
3.5 Data Kompetitor .....	31
3.6 Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan .....	33
3.6.1 Analisis Data .....	33
3.6.2 Penarikan Kesimpulan .....	38
<b>BAB IV .....</b>	<b>41</b>
<b>KONSEP DAN HASIL RANCANGAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Konsep Perancangan.....	41
4.1.1 Strategi Pesan .....	41
4.1.2 Strategi Kreatif dan Media.....	43
4.1.3 Strategi Kreatif Visual.....	45
4.2 Hasil Perancangan.....	52
4.2.1 Attention.....	52
4.2.2 <i>Interest</i> .....	53
4.2.3 <i>Search</i> .....	59
4.2.4 Action.....	61
4.2.5 Share.....	63
<b>BAB V.....</b>	<b>67</b>

<b>PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>67</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>