

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Fokus Perancangan	6
1.4 Tujuan Karya.....	7
1.5 Manfaat Karya.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Jadwal Kegiatan Perancangan Karya	7
1.6.1 Waktu dan Lokasi	7
1.6.2 Jadwal Kegiatan	8
BAB II.....	10
LANDASAN KOSEPTUAL	10
2.1 Tinjauan Teori.....	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Promosi.....	11
2.1.3 Minat Beli Pelanggan.....	13
2.1.4 IndiHome	14
2.1 Referensi Karya.....	14
BAB III	18
METODE DAN KOSEP.....	18
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	18
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	18
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	19
3.2 Metode Pengumpulan Data	20
3.2.1 Observasi.....	20
3.2.2 Wawancara	21
3.2.2 Dokumentasi	22

3.3 Analisis Permasalahan	22
3.4 Konsep Komunikasi	23
3.4.1 Media Komunikasi	23
3.4.2 Jenis Perancangan Karya.....	23
3.4.3 Strategi Pesan	24
3.5 Konsep Kreatif	24
3.5.1 Tema/Judul.....	24
3.5.2 Concept Plan	25
3.5.3 Segmentasi Pasar.....	26
3.5.4 Konsep Visual Elemen Artistik dan Property	26
3.5 Skema Perancangan	30
3.6.1 Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	34
3.6.2 Daftar Tim & Penugasan.....	35
3.6.3 Biaya Produksi	35
BAB IV	36
HASIL KARYA.....	36
4.1 Proses Perancangan Karya	36
4.1.1 Survei Lapangan	36
4.1.2 Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	40
4.2 Produksi Kegiatan	43
4.2.1 Penggunaan Aspek Bauran Pemasaran Pada Kegiatan	43
4.2.2 Pelaksanaan Kegiatan Promosi	45
4.3 Pasca Produksi	54
4.3.1 Monitoring Hasil Kegiatan.....	54
4.3.2 Evaluasi Rencana Keberlanjutan.....	56
4.4 Pembahasan Hasil Karya	58
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan Karya.....	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Akademis	62
5.2.2 Saran Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65