

DAFTAR ISI

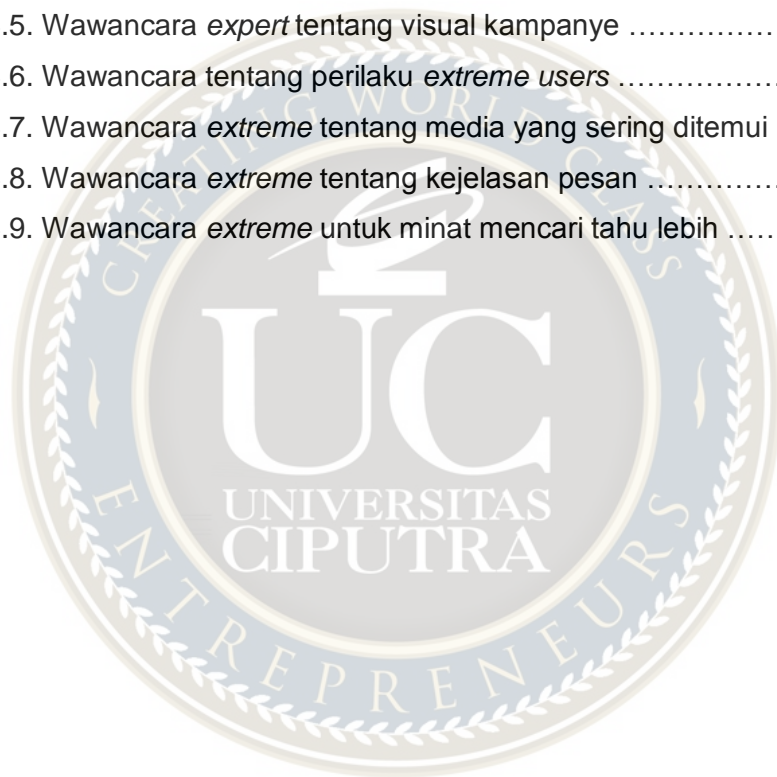
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
Bab I Pendahuluan.....	15
1.1. Latar Belakang Masalah.....	15
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Pengembangan Proyek (Tujuan Perancangan)	17
1.4. Spesifikasi Produk yang Diharapkan	17
1.5. Pentingnya Pengembangan (Manfaat perancangan).....	18
1.6. Asumsi dan Keterbatasan Pengembangan (Batasan Perancangan)	18
1.7. Definisi Istilah	18
1.8. Sistematika Penulisan (Metode Perancangan)	19
Bab II Kajian Pustaka	20
Bab III Metode Pengembangan.....	34
3.1. Model Pengembangan	34
3.2. Prosedur Pengembangan (Solusi Komunikasi Visual)	34
3.2.1. Konsep Gaya Desain.....	35
3.2.2 Konsep Pemilihan Media.....	37
3.2.3 Program Media.....	40
3.2.4. Anggaran Belanja Desain	41
3.3. Uji Coba Produk (prototype)	42
3.3.1. Desain Uji Coba (mock-up solusi desain)	42
Gambar 3.15. Naskah Video	48
3.3.2. Subjek Coba (responden/ expert user & extreme user)	49
3.3.3. Jenis Data	50
3.3.4. Instrumen Pengumpulan Data (Metode penggalan data Primer & Sekunder)	50
Bab IV Hasil Pengembangan	52
4.1. Penyajian Data Uji Coba (Hasil Penggalan data kuantitatif & kualitatif).....	52
4.1.3. Hasil wawancara terhadap <i>extreme user</i>	57
4.2. Analisis Data (kesimpulan hasil analisa penggalan data).....	59
4.3. Revisi Produk (Final Design)	60
Bab V Penutup	62
5.1. Kajian Produk yang Telah Direvisi (hasil eksekusi desain)	62

5.2. Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut	67
LAMPIRAN	69
DAFTAR PUSTAKA.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pemilihan Media	41
Table 3.2. Anggaran Belanja Desain	42
Table 3.3. Instrumen pengumpulan data	51
Tabel 4.1. Focus Group Discussions	54
Tabel 4.2. Wawancara <i>expert</i> tentang konsep, eksekusi & media promosi	56
Tabel 4.3. Wawancara <i>expert</i> tentang pesan yang didapat	56
Tabel 4.4. Wawancara <i>expert</i> tentang pendekatan target market	57
Tabel 4.5. Wawancara <i>expert</i> tentang visual kampanye	57
Tabel 4.6. Wawancara tentang perilaku <i>extreme users</i>	58
Tabel 4.7. Wawancara <i>extreme</i> tentang media yang sering ditemui	58
Tabel 4.8. Wawancara <i>extreme</i> tentang kejelasan pesan	59
Tabel 4.9. Wawancara <i>extreme</i> untuk minat mencari tahu lebih	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data pelaku dan peluang ekonomi tahun 2012 ke 2030.....	15
Sumber: Google	
Gambar 1.2. Kompetitor secara langsung FOREMOST.....	16
Sumber: Google	
Gambar 2.1. Proses dari guideline pertanyaan <i>Design thinking</i>	27
Sumber: Buku <i>Design thinking for Growth</i>	
Gambar 2.2. Diagram dari proses <i>Design thinking</i>	28
Sumber: Buku <i>Design thinking Business Innovation</i>	
Gambar 2.3. Contoh dari alat-alat marketing komunikasi	31
Sumber: Buku <i>Integrated Marketing Communication</i>	
Gambar 2.4. Gambar cara kerja AISAS	33
Sumber: Buku <i>The Dentsu Way</i>	
Gambar 3.1. Contoh konsep gaya desain modern swiss style	35
Sumber: Pinterest	
Gambar 3.2. Tipografi Sans Fransisco	36
Sumber: Google Fonts	
Gambar 3.3. Teori <i>Color Wheel</i>	37
Sumber: Google	
Gambar 3.4. Logo kampanye	42
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.5. Color pallete	43
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.6. Feed media sosial	43
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.7. <i>Email subscription</i>	44
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.8. Website	45
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.9. Sticker	46
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.10. Baju	46
Sumber: Dokumen Pribadi	

Gambar 3.11. Tote bag	46
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.12. Poster	47
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.13. Desain Kartu Nama	47
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 3.14. Storyboard Video	48
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 4.1. Hasil revisi merchandise flashdisk	60
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 4.2. Hasil revisi media promosi E-brosur	61
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.1. Logo kampanye	62
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.2. Feed media sosial	62
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.3. <i>Email subscription</i>	63
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.4. Website	64
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.5. Sticker	65
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.6. Flashdisk	65
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.7. Kartu Nama dan Graphic Standard Manual	65
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.8. Poster	66
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.9. Scene Video	67
Sumber: Dokumen Pribadi	
Gambar 5.10. E-Brosur	67
Sumber: Dokumen Pribadi	

DAFTAR LAMPIRAN

Wawancara <i>Expert User</i>	
1. Transkrip Wawancara Ari Kurniawan	69
2. Transkrip Wawancara Marvin Ade	72
3. Transkrip dan Screenshot Wawancara Nicolas H	74
Wawancara <i>Extreme User</i>	
1. Transkrip Wawancara Merlianny Effendi	77
2. Transkrip dan Screenshot Mike Anggrawinata	78

