

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR DIAGRAM	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I Pendahuluan	xiv
1.1. Latar Belakang Masalah	15
1.1.1. Target Konsumen	15
1.1.2. Permasalahan yang dihadapi	18
1.1.3. Kompetitor Potensial Bisnis	18
1.2. Rumusan Masalah	24
1.3. Tujuan Perancangan	24
1.4. Spesifikasi Perancangan	25
1.5. Manfaat Perancangan	25
1.6. Batasan Perancangan	25
1.7. Definisi Istilah	26
1.8. Metode Perancangan	27
BAB II Tinjauan Pustaka	28
2.1. Sumber Pustaka	28
2.2. Hasil Tinjauan Pustaka	30
2.2.1. Brand	30
2.2.2. Brand Campaign	30
2.2.3. Promotion	31
2.2.4. Brand Awareness	33
2.2.5. Customer Behavior	33
BAB III Perancangan	35
3.1. Strategi Komunikasi Visual	35
3.2. Konsep Perancangan	35
3.3. Konsep Gaya Design	36
3.3.1. Elemen Design	37
3.3.2. Konsep Pemilihan Media	40
3.4. Strategi Media	43
3.5. Target Audience dan Touchpoint Media	50
3.6. Biaya Media	50
3.7. Uji Coba Prototype Design	51
3.7.1. Layout Komperhensif	51
3.1.1.1. Instagram Ads	51

3.7.1.2. Stiker	52
3.7.1.3. Kaos / T-Shirt	53
3.7.1.4. Instagram	53
3.7.1.5. Facebook Post	54
3.7.1.6. Katalog	55
3.7.1.7. Booth Design	55
3.7.1.8. Bandana	56
3.7.1.9. Tote Bag	57
3.7.1.10. Bendera	57
3.7.1.11. Website	58
3.7.1.12. Youtube	59
3.7.2. Strategi Uji Coba	60
3.7.3. Instrumen Pengumpulan Data	61
BAB IV Hasil Pengembangan	62
4.1. Penyajian Data Uji coba (Hasil Penggalan data kuantitatif & Kualitatif)	62
4.1.1. Hasil penggalan data kuantitatif	62
4.1.2. Hasil penggalan data kualitatif	66
4.2. Analisa Data (kesimpulan hasil analisa penggalan data)	75
4.3. Revisi Produk (final design)	75
BAB V Penutup	81
5.1. Kajian Produk yang telah direvisi	81
5.2. Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk lebih lanjut	89
5.2.1. Kesimpulan	89
5.2.2. Saran	90
Daftar Pustaka	91
Daftar Lampiran	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3.5.1. Touchpoint Media	51
Tabel 3.5.2. Target Audience	51
Tabel 3.6.2. Anggaran Belanja Design	52
Tabel 3.7.3.1. Instrumen Pengumpulan Data	62
Tabel 4.1.2.1. Wawancara dengan Expert User	68
Tabel 4.1.2.2. Wawancara dengan Extreme User	71
Tabel 4.1.2.1 Wawancara dengan FGD	74



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1. Metode Perancangan	27
Diagram 4.1.1.1. Hasil kuesioner media sosial responden	62
Diagram 4.1.1.2. Hasil kuesioner ketertarikan instagram Obelia	64
Diagram 4.1.1.3. Hasil kuesioner Link Website	64
Diagram 4.1.1.4. Hasil kuesioner Merchandise	65



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1.1.1. Hasil kuesioner feature instagram responden	63
Grafik 4.1.1.2. Hasil kuesioner fkonten instagram	63
Grafik 4.1.1.3. Hasil Kuesioner Media Komunikasi Online	64
Grafik 4.1.1.4. Hasil Kuesioner Partisipasi Mendukung Kampanye	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Social Media Little Fortress	19
Gambar 1.1.2 Social Media Derian Erlangga	21
Gambar 1.1.3 Social Media Tatotatoan.id	22
Gambar 1.1.4 Social Media Dirrty	24
Gambar 3.3.1 Moodboard Minimalis	36
Gambar 3.3.1.1 Elemen Desain (Layout)	37
Gambar 3.3.1.2 Elemen Desain (Gaya Fotografi)	38
Gambar 3.3.1.3 Elemen Desain (Palet Warna)	39
Gambar 3.3.1.4 Elemen Desain (Tipografi)	39
Gambar 3.3.1.5 Elemen Desain (Tipografi)	40
Gambar 3.7.1.1.1 Instagram Ads Obelia Tato	53
Gambar 3.7.1.2.1 Stiker Obelia Tato	53
Gambar 3.7.1.3.1 Kaos Obelia Tato	54
Gambar 3.7.1.4.1 Instagram feeds Obelia Tato	55
Gambar 3.7.1.5.1 Facebook Post Obelia Tato	55
Gambar 3.7.1.6.1 Katalog Obelia Tato	56
Gambar 3.7.1.7.1 Booth Obelia Tato	57
Gambar 3.7.1.8.1 Bandana Obelia Tato	57
Gambar 3.7.1.9.1 Tote Bag Obelia Tato (depan dan belakang)	58
Gambar 3.7.1.10.1 Bendera Obelia Tato	59
Gambar 3.7.1.12 Website Obelia Tato	59
Gambar 3.7.1.13. Youtube	60
Gambar 4.3.1. Revisi Youtube	75
Gambar 4.3.2. Youtube Sebelum Revisi	76
Gambar 4.3.3. Instagram Sesudah Revisi	76
Gambar 4.3.4. Instagram Sebelum Revisi	77
Gambar 4.3.5. Tambahan Merchandise Gelang	78
Gambar 4.3.6. Tambahan Merchandise Gantungan Kunci	78
Gambar 4.3.7. Facebook Sesudah Revisi	79
Gambar 4.3.7. Facebook Sebelum Revisi	79
Gambar 5.1.1. Final Katalog	80
Gambar 5.1.2. Final Bendera	80
Gambar 5.1.3. Final Instagram Ads	81
Gambar 5.1.4. Final Instagram Feeds	81
Gambar 5.1.5 Final Merchandise Tote Bag	82
Gambar 5.1.6. Final Merchandise T-Shirt	82
Gambar 5.1.7. Final Merchandise Bandana	83
Gambar 5.1.8 Final Merchandise Gantungan Kunci	83
Gambar 5.1.9. Final Merchandise Gelang	84
Gambar 5.1.10. Final Stiker	84
Gambar 5.1.11. Final Facebook Page	85
Gambar 5.1.12. Final Youtube	85
Gambar 5.1.13. Final Website	86

Gambar 5.1.14. Final Booth
Gambar 5.1.15. Final Virtual Exhibition

86
87



DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara Dengan Expert User	92
Dokumentasi Wawancara Dengan Extreme User	93
Dokumentasi Wawancara Dengan FGD 119	95
Hasil Survey Online	97

