

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Lembar Penyertaan Orisinalitas Karya Tugas Akhir	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	iv
<i>Abstract</i>	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Table	viii
Dafatar Lampiran	ix
Glosarium	iix
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	4
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	5
BAB II. FENOMENA BERBELANJA DI MARKETPLACE SHOPEE ...	6
II.1 Belanja <i>Online</i>	6
II.2 <i>Marketplace</i>	7
II.2.1 Sejarah <i>Marketplace</i>	7
II.2.2 Jangkauan.....	8
II.2.3 Kasus Kesalahpahaman Konsumen	9
II.3 Edukasi.....	11
II.4 Objek Penelitian.....	12
II.5 Shopee	13
II.5.1 Sejarah Perusahaan Shopee	13

II.5.2 Profil Perusahaan.....	14
II.5.3 Bisnis Shopee.....	14
II.5.4 Metode Pembayaran.....	16
II.5.5 Tata Cara Pengembalian Barang.....	20
II.6 Analisis Permasalahan.....	23
II.6.1 Analisis Kuisisioner.....	26
II.6.2 Analisis Wawancara.....	35
II.7 Resume	38
II.8 Solusi Perancangan.....	38
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....	39
III.1 Khalayak Sasaran	39
III.2 Strategi Perancangan.....	43
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	44
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	45
III.2.2.1 Pendekatan Visual	45
III.2.2.2 Pendekatan Verbal.....	45
III.2.3 <i>Mandatory</i>	46
III.2.4 Materi Pesan.....	46
III.2.5 Gaya Bahasa	47
III.2.6 Strategi Kreatif.....	47
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	47
III.2.6.2 <i>Keyword</i> dan <i>Keyvisual</i>	48
III.2.6.3 5W1H	48
III.2.6.4 <i>Story Line</i>	49
III.2.6.5 <i>Story Bord</i>	54
III.2.7 Strategi Media.....	57
III.2.7.1 Media Utama.....	58
III.2.7.2 Media Pendukung.....	60
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	61
III.3 Konsep Visual	61
III.3.1 Format Video.....	61

III.3.2 Tata Letak.....	62
III.3.3 Tipografi	63
III.3.4 Ilustrasi.....	65
III.3.5 Warna	66
III.3.6 Audio	67
BAB IV. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....	67
IV. 1 Media Utama	67
IV. 2 Teknis Produksi	69
IV. 2.1 Pra Produksi.....	69
IV. 2.2 Produksi.....	69
IV. 2.3 Pasca Produksi.....	75
IV. 2.4 Media Utama.....	76
IV. 2.5 Media Pendukung.....	84
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
V.1 Kesimpulan.....	84
V.1 Saran.....	85