DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN EKSLUSIF ii

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 2
1.3 Rumusan Masalah 2
1.4 Batasan Masalah 2
1.5 Tujuan Perancangan 3

BAB II PEMBAHASAN DAN PENYELESAIAN MASALAH

2.1 Periklanan 4
2.2 Tujuan Periklanan 5
2.3 Tinjauan Umum Produk 7
2.3.1 Sejarah Telkomsel 7
2.3.2 Visi Telkomsel 8
2.3.3 Misi Telkomsel 8
2.4 Marketing Background 8
2.4.1 4P *Product, Price, Place, Promotion* 8
2.4.2 Situasi Pasar 9

2.5 Analisis SWOT 10
2.5.1 Telkomsel Simpati *flash smartphone* 10
2.5.2 Indosat *Supergadget* 11
2.6 Penyelesaian Masalah 13
2.6.1 Differensiasi 13
2.6.2 *Target Market* 13
2.6.3 *Consumer Insight* 14
2.6.4 *Positioning* 14

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi Periklanan 15
3.2 Tujuan Komunikasi Periklanan 15
3.3 Pendekatan Komunikasi 15
3.3.1 Pendekatan Verbal 15
3.3.2 Pendekatan Visual 15
3.4 Konsep Kreatif 16
3.4.1 Strategi Kreatif 16
3.4.2 Strategi Visual 16
3.5 Konsep Media 17
3.5.1 Tujuan Media 17
3.5.2 Strategi Media 17
3.5.3 Khalayak Sasaran (*Target Audience*) 18
3.5.3.1 *Sample Target Audience* 19
3.5.4 *Consumer Journey* 19

3.5.5 Pemilihan Media 20
3.5.5.1 Media Utama 20
3.5.5.2 Media Pendukung 21
3.5.6 Jadwal Penyebaran Media 22
3.6 Konsep Visual 22
3.6.1 Tata Letak (*Lay Out*) 22

3.6.2 Tipografi 23
3.6.3 Warna 23
3.6.4 Ilustrasi 24
3.6.5 *Storyline* 24
3.6.6 *Storyboard* 25
3.6.7 Varian Visual 25

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1 Teknis dan Material Produksi Media 28
4.1.1 Teknis Produksi Media 28

DAFTAR PUSTAKA