

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumusan Masalah	3
I.4. Batasan Masalah	3
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	3
I.5.1. Tujuan Perancangan	4
I.5.2. Manfaat Perancangan	4
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI BAHAYA PINJAMAN ONLINE DI MASYARAKAT	5
II.1. Landasan Teori	

II.1.1. Pinjaman Online	5
II.1.2. Ragam Produk Pinjaman Online	5
II.1.3. Syarat Melakukan Pinjaman Online	5
II.1.4. Dampak Dari Pinjaman Online	7
II.2. Objek Penelitian	7
II.3. Analisis Permasalahan	9
II.3.1. Analisis Literatur	9
II.3.2. Analisis Kuesioner	9
II.3.2.1. Opini & Tanggapan Masyarakat Terdekat	12
II.3.2.2. Survey Kusioner	12
II.3.2.3. Analisis SWOT	13
II.3.2.4. Analisis 5W + 1H	15
II.3.2.4.1. <i>What</i> Masalah apa yang terjadi ?	15
II.3.2.4.2. <i>Who</i> Siapa yang terlibat dalam masalah tersebut ?	16
II.3.2.4.3. <i>Why</i> Mengapa banyak yang menjadi nasabah pinjaman online ?	16
II.3.2.4.4. <i>When</i> Kapan permasalahan itu terjadi ?	16
II.3.2.4.5. <i>Where</i> Dimana masalah itu terjadi ?	16
II.3.2.4.6. <i>How</i> Bagaimana memahami masalah ini ?	17
II.3.3 Analisis Observasi	17
II.3.3.1. Observasi PT. Finansia Multi Finance (Kreditplus)	18
II.3.4 Analisis Wawancara	18
II.3.4.1. Wawancara	23

II.4. Resume	23
II.5. Solusi Perancangan	24
	24
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	
III.1. Khalayak Sasaran	25
III.2. Strategi Perancangan	26
III.2.1. Tujuan Komunikasi	26
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	26
III.2.3. Mandatory	26
III.2.4. Materi Pesan	27
III.2.5. Gaya Bahasa	27
III.2.6. Strategi Kreatif	28
III.2.7. Strategi Media	28
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	28
III.3. Konsep Visual	35
III.3.1. Format Desain	35
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	36
III.3.3. Tipografi	42
III.3.4. Ilustrasi	47
III.3.5 Warna	48
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	50

IV.1. Teknis Produksi	50
IV.1.1. Tahap Pascaproduksi	50
IV.1.2. Tahap Produksi	50
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi	51
IV.2. Final Media Utama	54
IV.3. Final Media Pendukung	55
	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan	64
V.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65