

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRAK .....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan .....	5
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.5.1 Observasi.....	5
1.5.2 Studi Pustaka.....	5
1.5.3 Kuisisioner.....	6
1.6 Manfaat Perancangan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Jurnal Penelitian .....	7
2.1.1 ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS TERBUKA. ....	7
2.1.2 PELATIHAN PENGENALAN INVESTASI REKSADANA UNTUK PELAJAR SMK ARIYA METTA .....	8
2.2 Tinjauan Umum.....	8
2.2.1 Periklanan .....	8
2.2.2 Layout .....	11
2.2.3 Warna.....	13
2.2.4 Tipografi .....	14
2.2.5 <i>Copywriting</i> .....	15

2.2.6	Media .....	17
2.2.7	Kampanye .....	19
2.2.8	Strategi 5A .....	21
2.3	Tinjauan Umum.....	23
2.3.1	Gaya Hidup Generasi Z .....	23
2.3.2	Investasi Reksa dana.....	24
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>		<b>26</b>
3.1	Data Lapangan.....	26
3.1.1	Organisasi .....	26
3.2	Analisis SWOT .....	28
3.2.1	Analisis SWOT .....	28
3.2.2	Kesimpulan SWOT.....	30
3.3	Analisis Khalayak Sasaran .....	31
3.4	Analisis Pesaing .....	32
3.3.1	Bareksa.....	32
3.5	Analisis Hasil Kuisisioner dan Pengamatan .....	33
3.4.1	Kuisisioner .....	33
3.4.2	Pengamatan.....	34
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Fakta-fakta Kunci.....	36
4.2	Tujuan Kampanye Periklanan .....	36
4.3	Simulasi Proses Adopsi .....	36
4.4	Insight dan Metode Penggagasan.....	37
4.4.1	Insight .....	37
4.4.2	Metode Penggagasan .....	38
4.5	Strategi dan Konsep Kreatif .....	38
4.5.1	Strategi .....	38
4.5.2	Konsep Kreatif.....	38
4.5.3	<i>What To Say</i> .....	39
4.5.4	<i>How To say</i> .....	39
4.6	Keputusan Kreatif .....	39
4.7	Strategi Media .....	41
4.8	Biaya Kampanye .....	41
4.9	Jadwal Kampanye .....	43

BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL .....	46
5.1 Instagram.....	46
5.2 Neon <i>Box</i> Motor.....	48
5.3 Billboard.....	49
5.4 Spotify .....	50
5.5 Facebook dan Twitter.....	51
5.6 Youtube .....	52
5.7 <i>Homepage</i> Aplikasi Bibit.id dan Kode Referral .....	53
5.8 Web Banner.....	55
5.9 <i>Key Visual</i> .....	57
BAB VI PENUTUP .....	58
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran.....	58
Daftar Pustaka .....	59