

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Ruang Lingkup	4
1.6. Metode Penelitian	5
1.6.1. Metode yang Digunakan.....	5
1.6.2. Metode Pengumpulan Data	5
1.6.3. Metode Analisis Data	7
1.7. Kerangka Perancangan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Perancangan.....	11
2.1.2. Identitas	11
2.1.3. Identitas Merek.....	12
2.1.4. Brand	14
2.1.5. Desain Komunikasi Visual.....	23
2.1.6. Elemen Visual	24
2.1.7. Pemasaran.....	30
2.1.8. SWOT.....	34
2.1.9. Consumer Behaviour	35
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1. Data	36
3.1.1. Data Pemberi Proyek.....	36
3.1.2. Data Objek Penelitian.....	38
3.1.3. Data Khalayak Sasaran.....	42

3.1.4. Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner	43
3.1.5. Data Proyek Sejenis.....	56
3.2. Analisis.....	59
3.2.1. Analisis SWOT	59
3.2.2. Analisis STP	61
3.2.3. Analisis AIO.....	62
3.2.4. Analisis Proyek Sejenis	64
3.3. Kesimpulan Hasil Analisis	65
BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN	
4.1. Konsep Pesan	66
4.2. Konsep Kreatif	67
4.3. Konsep Media	68
4.3.1. Tujuan Media	69
4.3.2. Strategi Media	69
4.3.3. Biaya Produksi Media	71
4.4. Konsep Visual	73
4.5. Konsep Bisnis	83
4.6. Hasil Perancangan.....	87
4.6.1. Logo.....	87
4.6.2. PDP (Primary Display Panel).....	89
4.6.3. Kemasan Sekunder	91
4.6.4. Graphic Standart Manual.....	95
4.6.5. Poster	96
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	99