

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	I
HALAMAN PERNYATAAN .....	II
KATA PENGANTAR .....	III
ABSTRAK .....	V
ABSTRACT .....	VI
DAFTAR ISI .....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	X
DAFTAR TABEL .....	XIV
BAB I .....	1
LATAR BELAKANG .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH .....	3
1.3 RUMUSAN MASALAH .....	4
1.4 RUANG LINGKUP .....	4
1.5 TUJUAN PERANCANGAN .....	4
1.6 METODE PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS DATA .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Metode Analisis Data .....	5
1.7 KERANGKA PENELITIAN .....	7
1.8 PEMBABAKAN .....	8
BAB II .....	9
LANDASAN TEORI .....	9
2.1 IDENTITAS .....	9
2.1.1 Identitas Visual .....	10
2.1.2 Corporate Identity .....	25

2.2 PROMOSI .....	27
2.2.1 Promotion Mix .....	27
2.2.2 Media Promosi .....	29
2.3 PEMASARAN.....	29
2.3.1 Marketing Mix .....	30
2.4 STRATEGI MEDIA (AISAS) .....	32
2.5 BRAND .....	32
2.5.1 Branding.....	32
2.5.2 Brand Awareness .....	32
2.6 KERANGKA TEORI.....	35
 BAB III .....	36
 DATA DAN ANALISIS.....	36
3.1 DATA .....	36
3.1.1 Data Perusahaan.....	36
3.1.2 Data Khalayak Sasaran .....	39
3.1.3 Data Hasil Wawancara.....	40
3.1.4 Data Kuesioner.....	42
3.1.5 Data Kompetitor.....	53
3.2 ANALISIS DATA.....	55
3.2.1 Analisis Data Hasil Wawancara.....	55
3.2.2 Analisis Data Kuesioner.....	56
3.2.3 Analisis Matriks Perbandingan Logo.....	57
3.2.4 Analisis SWOT .....	59
3.2.5 Penarikan Kesimpulan Analisis .....	60
 BAB IV .....	62
 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....	62
4.1 KONSEP .....	62
4.1.1 Konsep Pesan (Big Idea).....	62

4.1.2	Konsep Kreatif .....	63
4.1.3	Konsep Visual .....	63
4.1.4	Konsep Media .....	72
4.1.5	Strategi Media (AISAS).....	74
4.2	HASIL PERANCANGAN.....	75
4.2.1	Logo .....	75
4.2.2	Elemen Grafis.....	76
4.2.3	Desain tampilan visual pada media cetak .....	76
4.2.4	Desain tampilan visual pada media digital .....	81
BAB V	.....	85
5.1	KESIMPULAN.....	85
5.2	SARAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA	.....	87