

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Ruang Lingkup	4
1.5. Tujuan Perancangan	5
1.6. Cara Pengumpulan	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	5
1.7. Analisis	7
1.8. Kerangka Penelitian	9
1.9. Pembabakan.....	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Identitas Visual.....	11
2.2. <i>Branding</i>	11
2.3. <i>Brand Identity</i>	12
2.3.1. Logo	12
2.3.2. Slogan (<i>Tagline</i>).....	15

2.3.3.	<i>Supergraphic</i>	15
2.3.4.	Karakter Maskot.....	16
2.3.5.	<i>Merchandise</i>	17
2.3.6.	<i>Signage</i>	18
2.3.7.	<i>Placemaking</i>	22
2.3.8.	<i>Graphic Standard Manual</i>	24
2.4.	Teori Media dan Media Planning	25
2.5.	Teori Komunikasi.....	27
2.5.1.	Teori AISAS	27
2.5.2.	Teori Motif Rasional dan Emosional	28
2.6.	Teori DKV.....	28
2.7.	Kerangka Teori.....	37
2.8.	Asumsi.....	37
BAB III.....		38
DATA DAN ANALISIS.....		38
3.1.	Data	38
3.1.1.	Data Lembaga, Obyek Penelitian, dan Pengguna	38
3.1.2.	Data Hasil Observasi.....	46
3.1.3.	Data Obyek Penelitian.....	56
3.1.4.	Data Khalayak Sasaran	58
3.1.5.	Data Proyek Sejenis	60
3.1.6.	Data Hasil Wawancara.....	73
3.1.7.	Data Hasil Kuesioner	78
3.2.	Analisis Data	91
3.2.1.	Analisis Matriks Perbandingan Data Sejenis	91
3.2.1.1.	Matriks Perbandingan <i>Overview</i> Data Sejenis	91
3.2.1.2.	Matriks Perbandingan Visual Data Sejenis	92
3.2.2.	Analisis SWOT	103
3.2.3.	Analisis Data Wawancara	106
3.2.4.	Analisis Data Kuesioner.....	107
3.2.5.	Kesimpulan Hasil Analisis Data	108
BAB IV.....		110
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		110

4.1.	Konsep Pesan	110
4.1.1.	Big Idea.....	110
4.1.2.	Tujuan Komunikasi.....	110
4.1.3.	Strategi Komunikasi	111
4.1.4.	Tagline	112
4.2.	Konsep Kreatif	112
4.3.	Konsep Visual	113
4.3.1.	<i>Moodboard</i>	113
4.3.2.	Gaya Visual.....	114
4.3.3.	Ilustrasi.....	115
4.3.4.	Tipografi	116
4.3.5.	Warna.....	117
4.3.6.	Layout	118
4.4.	Konsep Media.....	119
4.5.	Konsep Perancangan	122
4.5.1.	Media Identitas	122
1.	Logo	122
4.5.2.	Media Promosi.....	145
BAB 5	165
KESIMPULAN DAN SARAN	165
5.1	Kesimpulan.....	165
5.2	Saran.....	166
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN	170