

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	2
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Pengumpulan Data dan Analisis.....	3
1.6 Kerangka Perancangan.....	5
1.7 Pembabakan.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	9
2.2 Promosi	10
2.2.1 Bauran Promosi.....	11
2.2.2 Media Promosi.....	12
2.2.3 Media Promosi Untuk <i>Business-to-Business</i>	12

2.3 <i>Branding</i>	14
2.3.1 <i>Rebranding</i>	14
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	14
2.4.1 Unsur-unsur Desain.....	15
2.4.2 Prinsip-Prinsip Dasar Desain komunikasi Visual.....	27
2.5 Kerangka Teori.....	28
2.6 Asumsi Teori.....	28
BAB III : DATA DAN ANALISIS	29
3.1 Data.....	29
3.1.1 Data Instansi Terkait.....	29
3.1.2 Visi & Misi.....	30
3.1.3 Data Proyek.....	30
3.1.4 Data Khalayak Sasar.....	33
3.1.5 Data Kuesioner.....	34
3.1.6 Data Kompetitor.....	37
3.1.7 Data Wawancara.....	42
3.2 Analisis.....	45
3.2.1 Analisis Bauran Pemasaran (7P).....	45
3.2.2 Analisis Matriks Perbandingan.....	47
3.3 Penarikan Kesimpulan.....	50
BAB IV : KONSEP & HASIL PERANCANGAN	53
4.1 Konsep Perancangan.....	53
4.1.1 Big Idea.....	53
4.1.2 Konsep Kreatif.....	53
4.1.3 Konsep Media.....	54
4.1.4 Konsep Visual.....	55
4.2 Proses Perancangan.....	60
4.2.1 Sketsa logo.....	60
4.2.2 Rancangan <i>Website</i>	62

4.3 Hasil Perancangan.....	64
4.3.1 Logo.....	64
4.3.2 Media <i>Offline</i>	64
4.3.3 Media <i>Online</i>	67
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
Daftar Pustaka.....	71
Lampiran.....	74