

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>1</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>2</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>5</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>15</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>16</b>
1.1. Latar Belakang.....	16
1.2. Identifikasi Masalah .....	18
1.3. Rumusan Masalah.....	19
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	19
1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....	19
1.6. Metodologi Penelitian.....	20
1.6.1. Metode Pengumpulan Data .....	20
1.6.2. Metode Analisis Data.....	21
1.7. Kerangka Penelitian.....	26
1.8. Sistematika Penulisan .....	27
<b>BAB II .....</b>	<b>28</b>
2.1. Teori <i>Branding</i> .....	28
2.2. Teori <i>Brand Communication</i> .....	28
2.3. Teori <i>Visual Brand Communication</i> .....	29
2.4. Teori Indikator <i>Visual Brand Communication</i> .....	29
2.5. Teori Model <i>Brand Communication</i> .....	30
2.6. Teori <i>Brand Identity</i> .....	31
2.7. Teori Komunikasi Pemasaran .....	31
2.8. Teori Bentuk Komunikasi.....	31
2.9. Teori Desain Komunikasi Visual.....	32
2.9.1. Teori Ilustrasi .....	33
2.9.2. Teori Tipografi.....	34
2.9.3. Teori Fotografi .....	36
2.9.4. Teori Tata Letak.....	38
2.9.5. Teori Warna .....	40

2.9.6. Teori Supergrafis.....	42
2.9.7. Teori Karakter .....	42
2.10. Kajian Riset Terdahulu .....	43
2.11. Kerangka Teori .....	44
2.5. Asumsi .....	44
<b>BAB III.....</b>	<b>45</b>
3.1. Data.....	45
3.1.1. Data Pemberi Proyek .....	45
3.1.2. Data Bauran Pemasaran .....	48
3.1.3. Data Khalayak Sasaran .....	54
3.1.4. Data <i>Customer Journey</i> .....	56
3.1.5. Data Wawancara .....	57
3.1.6. Data Kuesioner.....	62
3.1.7. Data Observasi .....	65
3.1.8. Data Desain Terdahulu.....	68
3.1.9. Data Lembaga Sejenis.....	71
3.2. Analisis Data.....	80
3.2.1. Analisis Bauran Pemasaran.....	80
3.2.2. Analisis Khalayak Sasaran.....	81
3.2.3. Analisis <i>Customer Journey</i> .....	83
3.2.4. Analisis Hasil Wawancara .....	84
3.2.5. Analisis Hasil Kuesioner.....	84
3.2.6. Analisis Hasil Observasi .....	85
3.2.7. Analisis Data Lembaga Sejenis.....	86
3.3. Analisis Bentuk Komunikasi.....	100
3.4. Analisis Visual <i>Brand Communication</i> .....	100
3.5. Analisis SWOT.....	102
3.6. Kesimpulan Analisis.....	103
<b>BAB IV .....</b>	<b>107</b>
4.1. Konsep Perancangan.....	107
4.1.1. Konsep Pesan .....	107
4.1.2. Konsep Kreatif.....	108
4.1.3. Konsep Visual .....	109
4.1.4. Konsep Media .....	114
4.2. AISAS Model .....	116
4.3. Hasil Perancangan .....	117

4.3.1. Pengembangan Identitas Visual BPKP .....	117
4.3.2. Media Komunikasi Utama BPKP .....	128
4.3.3. Panduan Visual Media Sosial .....	139
4.3.4. Media Pendukung .....	140
<b>BAB V.....</b>	<b>151</b>
5.1 Kesimpulan.....	151
5.2 Saran.....	152
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>153</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>157</b>