

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	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 Metode Pengumpulan Data	3
1.6 Kerangka Berpikir BAB I	5
1.7 Pembabakan	6
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Desain Komunikasi Visual	8
2.1.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	8
2.1.3 Prinsip dalam Desain Komunikasi Visual	9
2.1.4 Elemen Desain Komunikasi Visual.....	13
2.2 Brand	21
2.3 Brand Image	21
2.4 Website	22
2.5 Logo	25
BAB III	27
DATA DAN ANALISIS	27
3.1 Data Pemberi Proyek	27
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek.....	27
3.2 Data Produk	29
3.3 Data Khalayak Sasaran	31
3.4 Data Proyek Sejenis	31

3.5 Data Hasil Wawancara.....	33
3.7 Analisis Data	35
3.7.1 Analisis SWOT.....	35
3.7.2 Analisis Matriks Perbandingan	36
3.8 Penarikan Hasil Kesimpulan	37
BAB IV.....	38
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	38
4.1 Konsep Komunikasi	38
4.1.1 Big Ide.....	38
4.1.2 Tujuan Komunikasi	38
4.1.3 Strategi Komunikasi.....	38
4.2 Konsep Kreatif.....	39
4.3 Konsep Visual.....	40
4.3.1 Logo	40
4.3.2 Pengejaan Visual.....	40
4.3.3 Warna	41
4.3.4 Tipografi	41
4.4 Konsep Media	41
4.4.1 Media Utama	41
4.4.2 Media Pendukung	41
4.5 Sketsa Perancangan.....	42
4.6 Hasil Perancangan	43
4.6.1 Logo	43
4.6.2 Media Utama	44
4.6.3 Media Pendukung	49
.....	49
<i>Sosial Media digunakan untuk khalayak agar dapat mempromosikan desain web di dalam link pada bio Sosial Media tersebut. Dengan begitu link akses pada desain web dapat digunakan pada khalayak</i>	49
BAB V.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54