

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	vii
LEMBAR PENGESAHAN	viii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	viiv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup Permasalahan.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	3
1.6 Metode Pengumpulan Data	3
1.6.1 Kategori Primer.....	3
1.6.2 Kategori Sekunder.....	4
1.7 Metode Analisis Data	4
1.8 Kerangka Perancangan	6
1.9 Pembabakan	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN	8
2.1 Teori Strategi Desain.....	8
2.2 Teori Analisis Lingkungan Eksternal.....	8
2.2.1 Analisis PEST	8
2.2.2 Analisis Industri (Porter's <i>Five Forces</i>)	9
2.3 Teori Analisis Lingkungan Internal.....	10
2.4 Teori Analisis SWOT	11
2.5 Teori Analisis Lingkungan Kompetitif.....	12
2.6 Teori Analisis Pasar.....	13
2.6.1 <i>Product Life Cycle</i>	13
2.6.2 Ansoff Matrix	14
2.7 Teori Analisis Khalayak Sasaran (STP).....	15
2.8 Teori Matrix Perbandingan.....	16
2.9 Teori Strategi Bisnis	16
2.10 Teori Komunikasi Pemasaran.....	17
2.11 Teori Media Sosial.....	18

2.11.1	Pengertian Media Sosial.....	18
2.11.2	Fungsi Media Sosial.....	19
2.12	Teori Desain Komunikasi Visual	19
2.13	Teori Elemen Grafis	19
2.13.1	Warna.....	19
2.13.2	Tipografi.....	21
2.13.3	Layout	23
2.14	Kerangka Teori.....	25
2.15	Asumsi.....	26
BAB III DATA DAN ANALISIS		27
3.1	Data.....	27
3.1.1	Data Pemberi Proyek	27
3.1.2	Data Wawancara	30
3.1.3	Data Observasi	30
3.1.4	Data Desain Terdahulu	30
3.1.5	Data Perusahaan Sejenis	30
3.2	Analisis Data.....	41
3.2.1	Analisis Data Pemberi Proyek	41
3.2.2	Analisis Data Wawancara	42
3.2.3	Analisis Data Proyek Sejenis.....	43
3.3	Formulasi Strategi Desain.....	43
3.3.1	<i>Strategy Formulation</i>	45
3.3.2	<i>Strategy Selection</i>	53
3.3.3	Kesimpulan Analisis	54
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		55
4.1	Konsep Perancangan.....	55
4.1.1	Konsep Pesan	55
4.1.2	Konsep Kreatif.....	57
4.1.3	Konsep Visual	58
4.1.4	Konsep Media	62
4.1.5	Konsep Bisnis	66
4.2	Hasil Perancangan	67
4.2.1	Hasil Perancangan untuk <i>Market Ekspor</i>	67
4.2.1.1	Media Cetak.....	67
4.2.1.2	Media Online	78
4.2.2	Hasil Perancangan untuk Mitra.....	80
4.2.2.1	Media Cetak.....	80

4.2.2.2 Media Online	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	96