

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Metode Pengumpulan Data	3
1.6.1 Data Primer	4
1.6.2 Data Sekunder	4
1.7 Metode Analisis Data	4
1.8 Kerangka Penelitian	7
1.9 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	9
DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 Teori Strategi Desain.....	9
2.2 Teori Analisis Lingkungan Internal.....	9
2.2.1 <i>Product Life Cycle (PLC)</i>	10
2.3 Teori Analisis Lingkungan Eksternal	11
2.3.1 PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi)	11
2.3.2 Analisis Industri (<i>Porter's Five Forces</i>)	12
2.4 Teori Analisis SWOT.....	13
2.5 Teori Analisis Kompetitif (<i>Perceptual Mapping</i>).....	14
2.6 Teori Analisis Pasar	15
2.6.1 <i>Intensive Strategy</i>	15
2.7 Teori Analisis Khlayak Sasaran (STP).....	16
2.7.1 Segmentasi (<i>Segmenting</i>)	16
2.7.2 Targetting	17

2.7.3 Positioning	17
2.8 Teori Matriks Perbandingan.....	17
2.9 Teori Desain Audit.....	18
2.10 Teori Strategi Bisnis (<i>Porter's Generic Competitive Strategies</i>).....	18
2.11 Teori Desain Komunikasi Visual	19
2.11.1 Teori Tipografi	19
2.11.2 Teori Layout.....	19
2.11.3 Teori Warna	19
2.12 Identitas Visual	22
2.12.1 Logo	22
2.12.2 Tagline	23
2.12.3 Signage.....	23
2.13 Branding.....	24
2.14 Kerangka Teori	25
2.15 Asumsi	26
BAB III	27
DATA DAN ANALISIS.....	27
3.1 Data Pemberi Proyek.....	27
3.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	27
3.3 Struktur Organisasi.....	28
3.4 Data Produk Perusahaan.....	28
3.5 Data Khalayak Sasaran.....	30
3.6 Data Wawancara	32
3.7 Data Observasi	35
3.8 Data Desain Terdahulu.....	35
3.9 Data Pesaing Sejenis	36
3.10 Analisis Data	40
3.10.1 Analisis data Wawancara.....	40
3.10.2 Analisis data observasi	41
3.10.3 Analisis Data Pesaing	41
3.11 Formulasi Strategi Desain	46
3.11.1 Strategy Formulation.....	46
3.11.2 Strategy Selection.....	55
3.12 Kesimpulan Analisis	56
BAB IV	57
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	57

4.1 Konsep Perancangan	57
4.1.1 Konsep Pesan	57
4.2 Konsep Kreatif	57
4.3 Konsep Visual	59
4.3.1 Penggayan Visual	59
4.3.2 Moodboard	60
4.3.3 Warna	60
4.3.4 Konsep Tipografi	62
4.3.5 Konsep Layout	63
4.4 Konsep Bisnis	64
4.5 Hasil Perancangan	65
4.5.1 Logo	65
4.5.2 <i>Supergraphic</i>	67
4.5.3 GSM (Graphic Standar Manual)	69
4.6 Brand Collateral	70
4.7 Kemasan	76
4.8 Merchandise	79
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84