

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Permasalahan .....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Ruang Lingkup .....	3
1.4. Tujuan Perancangan .....	4
1.5. Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data .....	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data .....	4
1.5.2. Metode Analisis Data .....	6
1.6. Kerangka Penelitian .....	7
1.7. Pembabakan .....	8
BAB II .....	9
DASAR PEMIKIRAN .....	9
2.1. Teori Brand .....	9
2.2. Teori Brand Communication .....	10
2.3. Branding .....	11
2.4. Teori Pemasaran .....	11
2.4.1. Strategi Pemasaran .....	11
2.4.2. Bauran Pemasaran .....	13
2.5. Teori Komunikasi .....	14
2.6. Teori Media .....	14
2.6.1. Strategi Media (AISAS) .....	14
2.6.2. Teori Media Planning .....	15
2.7. Teori Gestalt .....	16
2.8. Teori Desain Komunikasi Visual .....	17
2.9. Teori Identitas Visual .....	17

2.10.	Kerangka Teori .....	21
2.11.	Asumsi .....	21
BAB III .....		22
DATA DAN ANALISIS DATA .....		22
3.1.	Data .....	22
3.1.1.	Data Millenium 2000 Bogor .....	22
3.1.2.	Data Objek Penelitian .....	23
3.1.3.	Data Khalayak Sasaran .....	24
1.	Segmentasi Pasar Bisnis (Sebagai Target Pasar Primer) .....	25
3.1.4.	Data Observasi .....	26
3.1.5.	Data Wawancara .....	28
3.1.6.	Data Kuisisioner .....	29
3.1.7.	Data Proyek Terdahulu atau Sejenis .....	32
3.2.	Analisis Data .....	33
3.2.1.	Analisis Data Pemberi Proyek .....	34
3.2.2.	Analisis Data Obyek Penelitian.....	35
3.2.3.	Analisis Data Khalayak Sasaran .....	35
3.2.4.	Analisis Data Hasil Wawancara, Observasi dan Kuisisioner .....	35
3.2.5.	Analisis Data Proyek Sejenis .....	36
3.2.6.	Perceptual Mapping .....	36
3.3.	Kesimpulan Analisis Data .....	37
BAB IV .....		38
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		38
4.1.	Konsep Pesan .....	38
4.1.1.	Big Idea .....	38
4.1.2.	Tujuan Pesan .....	39
4.1.3.	Strategi Komunikasi .....	40
4.1.4.	Strategi Pesan .....	41
4.2.	Konsep Kreatif .....	41
4.3.	Konsep Visual .....	43
4.3.1.	Konsep Identitas Visual .....	43
4.3.3.	Warna .....	44
4.3.4.	Layout .....	45
4.3.5.	Kemasan .....	46
4.4.	Konsep Media .....	47
4.4.1.	Jenis Media .....	47
4.4.2.	Strategi Media .....	47

4.5 Hasil Perancangan .....	48
4.5.1. Proses Desain .....	49
4.5.2. Penerapan Desain Pada Media Promosi .....	50
BAB V .....	60
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	57