

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	2
LEMBAR PERNYATAAN.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR TABEL.....	13
BAB I.....	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Ruang Lingkup.....	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
1.7 Metode Penelitian.....	18
1.7.1 Metode Observasi.....	18
1.7.2 Metode Wawancara.....	18
1.7.3 Metode Kuesioner.....	19
1.7.4 Metode Analisis.....	19
1.8 Pembabakan.....	19
1.8.1 BAB I PENDAHULUAN.....	19
1.8.2 BAB II LANDASAN PEMIKIRAN.....	19
1.8.3 BAB III DATA DAN ANALISIS DATA.....	19
1.8.4 BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	20
1.8.5 BAB V PENUTUP.....	20
1.9 Kerangka Penelitian.....	21
BAB II.....	22
LANDASAN PEMIKIRAN.....	22
2.1 <i>Place Branding</i>	22
2.2 SWOT & Matriks SWOT.....	22
2.3 <i>Brand Communication</i>	22
2.4 <i>Brand Identity</i>	23
2.4.1 <i>Brand Value</i>	23
2.4.2 <i>Brand Story</i>	23
2.4.3 <i>Tone & Voice</i>	24
2.4.4 <i>Brand Positioning</i>	24
2.4.5 <i>Brand Archetype</i>	25
2.5 <i>Visual Identity</i>	25

2.5.1 Logo.....	26
2.5.2 Warna.....	26
2.5.3 Tipografi.....	28
2.5.4 Fotografi.....	29
2.5.5 <i>Layout</i>	30
2.5.6 Supergrafis.....	30
2.6 <i>Marketing</i>	31
2.6.1 <i>Segmentation & Targeting</i>	31
2.6.2 <i>Market Insight Ladder</i>	31
2.6.3 <i>Matriks Perbandingan</i>	32
2.6.4 AISAS.....	32
2.6.5 Strategi Komunikasi.....	33
2.7 Media.....	34
2.7.1 Media Digital.....	34
2.7.2 Media Cetak.....	35
2.8 <i>Brand Guideline</i>	35
2.9 Kerangka Teori.....	36
2.10 Asumsi.....	37
BAB III.....	38
DATA DAN ANALISIS DATA.....	38
3.1 Data.....	38
3.1.1 Data Mitra.....	38
3.1.2 Data Khalayak Sasaran.....	41
3.1.3 Data Hasil Observasi.....	43
3.1.4 Data Wawancara.....	63
3.1.5 Data Kuesioner.....	69
3.1.6 Data Proyek Sejenis.....	77
3.2 Analisis Data.....	81
3.2.1 SWOT & Matriks SWOT.....	81
3.2.2 Analisis Data Khalayak Sasaran.....	87
3.2.3 Analisis Hasil Data Observasi.....	90
3.2.4 Analisis Data Hasil Wawancara.....	93
3.2.5 Analisis Data Hasil Kuesioner.....	95
3.2.6 Analisis Data Proyek Sejenis.....	95
3.3 Penarikan Kesimpulan.....	99
BAB IV.....	101
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	101
4.1 Konsep Perancangan.....	101
4.1.1 Ide Besar.....	101
4.1.2 Konsep Pesan.....	101
4.1.3 Konsep Kreatif.....	103
4.1.4 Konsep Visual.....	104

4.1.5 Konsep Media.....	108
4.2 Hasil Perancangan.....	111
4.2.1 Logo.....	111
4.2.2 Elemen Grafis.....	116
4.2.3 <i>Brand Guideline</i>	118
4.2.4 Implementasi Visual.....	119
BAB V.....	129
KESIMPULAN DAN SARAN.....	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	129
Daftar Pustaka.....	132