

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS | vii |
| ABSTRAK/ <i>ABSTRACT</i> | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.5.1 Aspek Teoritis Desain | 5 |
| 1.5.2 Aspek Praktis | 5 |
| 1.6 Sistematika Penelitian..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Teori Umum ke Teori Khusus | 8 |
| 2.1.1 Budaya Sunda | 8 |
| 2.1.2 Kampung Naga | 9 |
| 2.1.3 Identitas Kampung Naga..... | 10 |
| 2.1.4 Perubahan Pariwisata Kampung Naga | 11 |
| 2.1.5 <i>Brand</i> | 12 |
| 2.1.6 Identitas <i>Visual Branding</i> | 14 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.8 <i>Brand Guidelines</i> | 17 |
| 2.1.9 Website | 17 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| 2.4 Asumsi atau Preposisi Penelitian | 21 |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1. Metode Penelitian | 23 |
| 3.1.1 Pendekatan Penelitian | 23 |
| 3.1.2 Populasi dan Sampel | 24 |
| 3.1.3 Fokus Penelitian | 25 |
| 3.1.4 Metode Pengumpulan Data (<i>Emphatize</i>) | 25 |
| 3.1.5 Uji Validasi Data..... | 26 |
| 3.1.6 Metode Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan (<i>Define</i>) | 26 |
| 3.2 Metode Perancangan..... | 27 |
| 3.2.1 Tema atau <i>Big Idea (Ideate)</i> | 27 |
| 3.2.2 Tahap Pencarian Ide Perancangan | 27 |
| 3.2.3 <i>Prototype</i> | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 29 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 29 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 37 |
| 4.2.1 Wawancara..... | 37 |
| 4.2.2 Data Observasi Media | 44 |
| 4.2.3 Data Pengunjung | 46 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 47 |
| 4.3.1 Analisa SWOT | 47 |
| 4.3.2 Analisa Matriks Perbandingan | 51 |
| 4.4 Penarikan Kesimpulan..... | 54 |
| 4.5 Proses Perancangan (Perancangan dari Tahapan <i>Ideate</i>) | 55 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5.1 Perancangan Identitas <i>Brand</i> | 55 |
| 4.5.2 Bentuk dan Pemaknaan Logo | 57 |
| 4.5.3 Perancangan Pengimplementasian Media..... | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 75 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 75 |
| 5.2 Saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |