

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I 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	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Penelitian	4
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Analisis Khalayak Sasar	9
2.2 Teori Analisis SWOT	9
2.3 Teori Pesan	10
2.4 Teori AISAS	10
2.5 Brand Identity	10
2.6 Identitas Visual	11
2.2.1. Logo	11
2.2.2. Supergrafis	13
2.2.3. Sistem Desain	13
2.7 Teori Desain Komunikasi Visual	13
2.3.1. Elemen Visual	14
2.3.2. Tipografi	14
2.3.3. Warna	15

2.3.4.	Bentuk	17
2.3.5.	<i>Layout</i>	17
2.3.6.	Ilustrasi	18
2.8	Media Informasi Digital	20
2.9	Teori Website	20
2.10	Teori Media Sosial Instagram	20
2.11	Kerangka Teori	21
2.12	Asumsi	22
BAB III DATA DAN ANALISIS		23
3.1	Data	23
3.1.1.	Data Institusi Pemberi Proyek	23
3.1.2.	Jenis Jasa Instansi	25
3.1.3.	Hierarki Lembaga	28
3.1.4.	Data Khalayak Sasar	28
3.1.5.	Data Rancangan Desain Terdahulu	29
3.1.6.	Data Hasil Wawancara	33
3.1.7.	Data Desain Lembaga Sejenis	37
3.1.8.	Data Hasil Kuesioner	45
3.2	Analisis Data	50
3.2.1.	Analisis Khalayak Sasar	50
3.2.2.	Analisis Wawancara	51
3.2.3.	Analisis Kuesioner	52
3.2.4.	Analisis Matriks Perbandingan	53
3.2.5.	Analisis SWOT	60
3.2.6.	Kesimpulan Analisis	62
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		64
4.1	Konsep Pesan	64
4.2	Konsep Kreatif	65
4.3	Konsep Visual	67
4.4	Konsep Media	71
4.5	Hasil Perancangan	74
4.5.1.	Logo	74
4.5.2.	Supergarfis	75
4.5.3.	Karakter	77
4.5.4.	<i>Graphic Standard Manual</i>	78

4.5.5. <i>Website</i>	79
4.5.6. <i>Feeds Instagram</i>	95
4.5.7. <i>Instagram Story</i>	103
4.5.8. <i>Poster</i>	103
4.5.9. <i>Suvenir</i>	104
4.5.10. <i>X-Banner dan Spanduk</i>	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	107
LAMPIRAN A	108
LAMPIRAN B	109
LAMPIRAN C	110
LAMPIRAN D	111
LAMPIRAN E	112
LAMPIRAN F	113
DAFTAR PUSTAKA	114