

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah (<i>Problem Statement</i>)	3
1.4. Pertanyaan Penelitian (<i>Research Questiion/s</i>)	4
1.5. Tujuan Penelitian (<i>Research Objectives</i>)	4
1.6. Batasan Masalah (<i>Delimitation/s</i>)	4
1.7. Ruang Lingkup Perancangan (<i>Scope</i>)	4
1.8. Keterbatasan Penelitian/Perancangan (<i>Limitation</i>)	5
1.9. Manfaat Penelitian	5
1.10 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoretis	10
2.2.1 Kemasan.....	10
2.2.2 Jenis-Jenis Kemasan	11
2.2.3 Fungsi Kemasan	12
2.2.4 Struktur PR Package.....	12
2.2.5 Elemen-elemen Kemasan	12
2.2.6 Material Kemasan	13
2.2.7 PR Package.....	13
2.2.8 Brand Activation Perancangan PR Package	14
2.2.9 Brand Awareness	15
2.2.10 Brand Startegy	15

2.2.11 Tujuan Media Promosi Dalam Membangun Brand Awarenesses	16
2.2.12 Branding	16
2.2.13 Warna	17
2.2.14 Tata Letak	17
2.2.15 Tipografi	17
2.2.16 Ilustrasi	18
2.2.17 Logo	18
2.3 Kajian Empiris	18
2.3.1 Profil Escode Beauty	18
2.3.2 Data Produk Eksisting	19
2.3.4 Data Lapangan	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1. Rancangan Penelitian.....	22
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1 Observasi	24
3.3.2 Wawancara Tersusun	24
3.4. Proses Pengumpulan Data	25
3.5. Teknik Analisis Data	25
3.6. Metode Perancangan.....	26
3.7. Proses Perancangan.....	26
3.7.1 Proses Perancangan Desain Dengan User Centered Design (UCD).....	26
3.7.2 Tahapan Proses Perancangan	27
3.8. Instrumen Validasi Perancangan	27
3.8.1 Validasi Perancangan	27
3.8.2 Aspek Perancangan	28
BAB IV KONSEP PERANCANGAN.....	29
4.1. Analisis Komparasi Produk Sejenis.....	29
4.2. Konsep Umum.....	29
4.3. Analisis Perancangan.....	30
4.3.1 Analisis Produk.....	30
4.3.2 Analisis User.....	31
4.3.3 Analisis Material.....	32
4.3.4 Analisis Merek.....	32
4.3.5. Term Of Reference (TOR)	33
4.4. Proses Perancangan.....	34
4.4.1 Brainstorming.....	34

4.4.2 Mind Mapping.....	34
4.4.3 <i>Mood Board</i>	35
4.4.4 Produk Positioning	35
4.4.5 User Image.....	
4.4.6 Bloking System/Konfigurasi Desain	36
4.4.7 Flow Activity/Alur Kerja Produk.....	37
4.5. Sketsa Produk.....	38
4.5.1 Sketsa Makro	38
4.8. Foto Produk.....	
4.9. Validasi Produk.....	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN.....	40