

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.2 Identifikasi Masalah	4
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.4.1 Tujuan Khusus	6
1.4.2 Tujuan Umum	6
1.5 Manfaat Perancangan	6
1.5.1 Bagi Masyarakat Umum	6
1.5.2 Bagi Akademis	6
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi.....	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	7
1.6.2 Metode Analisis Data	6

1.7	Skema Perancangan	10
1.8	Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI		
2.1	Perancangan	12
2.2	<i>Brand</i> dan Identitas Visual.....	12
2.2.1	Bentuk-bentuk <i>brand</i>	12
2.2.2	<i>Brand & Consumer Experience</i>	13
2.2.3	<i>Tagline</i>	14
2.3	Identitas <i>Brand</i>	15
2.3.1	Elemen Identitas <i>Brand</i>	15
2.3.2	Aplikasi Identitas Brand.....	27
2.4	Teori dan Prinsip Desain.....	29
2.4.1	Konsistensi	29
2.4.2	<i>Figure-ground Relationship</i>	29
2.4.3	<i>Highlighting</i>	29
2.4.4	<i>Legibility</i>	30
2.4.5	Efek Superioritas Gambar	31
2.4.6	<i>Rule of third</i>	31
2.4.7	Simetri.....	32
2.4.8	Sistem Grid	32
2.4.9	Garis Batas	33
2.4.10	<i>Layout dan Sequence</i>	33
2.4.11	Kontras ukuran huruf	34
2.4.12	Metode umum untuk mengatur bahan.....	34
2.4.13	<i>Fibonacci sequence</i>	35
2.5	wisata	35
2.5.1	Proses Keputusan Wisata	35
2.5.2	Jenis-jenis Wisatawan	36
2.5.3	Usaha Daya Tarik Budaya	39

2.6	Sejarah.....	40
-----	--------------	----

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1.1	Data Pemberi Proyek: Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan & Pariwisata Kota Cirebon	41
3.1.2	Data Kota Cirebon	44
3.2	Data Produk.....	46
3.3	Data Khalayak Sasaran	46
3.4	Data Proyek Sejenis	47
3.4.1	Porto	47
3.4.2	Friendly Bandung.....	49
3.5	Data Wawancara dengan pengelola Keraton Kasepuhan.....	52
3.6	Data Data Observasi.....	53
3.7	Analisis Data	54
3.7.1	Analisis SWOT	54
3.7.2	Matriks SWOT	55
3.8	Analisis Proyek Sejenis.....	57
3.9	Analisis <i>Semantic, syntactic, pragmatic</i>	58

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1	Konsep	59
4.1.1	Konsep pesan (ide besar)	59
4.1.2	Konsep kreatif (pendekatan)	59
4.1.3	Konsep media.....	60
4.1.4	Konsep visual	61
4.2	Hasil Perancangan.....	63
4.2.1	<i>Brandmarks</i>	63
4.2.2	<i>Sequence of cognition</i>	70
4.2.3	<i>look and feel</i>	71
4.2.4	Surat (<i>letterhead</i>)	72
4.2.5	Amplop.....	72
4.2.6	Kartu Nama (<i>business card</i>).....	77
4.2.7	Map	78

4.2.8	Tiket	79
4.2.9	Buku Wisata mini Kota Cirebon	80
4.2.10	Peta Wisata Kota Cirebon	82
4.2.11	<i>Website</i>	83
4.2.12	<i>Environmental graphic design</i>	86
4.2.13	<i>Billboard</i>	89
4.2.14	Kartu identitas	90
4.2.15	Bendera	91

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA	94
----------------------	----

LAMPIRAN	96
----------------	----