

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1 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	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Penelitian	4
1.5.2 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.3 Analisis Data	5
1.7 Kerangka Perancangan	6

1.8	Pembabakan	7
BAB 2 DASAR PEMIKIRAN.....		8
2.1	Perancangan	8
2.2	Desain Komunikasi Vsual.....	8
2.2.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	8
2.2.2	Prinsip Desain Komunikasi Visual	9
2.2.3	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	10
2.2.4	Logo	14
2.2.5	Tipografi.....	17
2.2.6	<i>Layout</i>	19
2.2.7	Warna	25
2.3	<i>Brand</i>	25
2.4	Identitas Visual.....	26
2.4.1	Penerapan Identitas	26
2.5	Fesyen	28
2.5.1	Fesyen Sebagai Komunikasi	29
2.5.2	<i>Fashion Graphic</i>	29
2.6	Perilaku Konsumen	30
2.6.1	Psikologi Perkembangan.....	30
2.7	Fotografi.....	31
2.7.1	Fotografi Fesyen	32
2.8	Ornamen.....	32

2.8.1 Jenis Ragam Hias Indonesia	33
BAB 3 DATA DAN ANALISIS	38
3.1 Data Institusi Pemberi Proyek.....	38
3.1.1 Profil.....	38
3.1.2 Visi dan Misi	39
3.2 Data Produk.....	39
3.2.1 Data Kebudayaan Batak Toba.....	39
3.2.2 Kesenian Batak Toba	39
3.3 Data Ornamen	43
3.3.1 Ruma <i>Gorga</i>	43
3.3.2 <i>Gorga</i> Menurut Warnanya	44
3.3.3 Teknik Pembuatan <i>Gorga</i>	45
3.3.4 Jenis-jenis <i>Gorga</i>	45
3.4 Data Khalayak Sasaran	56
3.4.1 <i>Segmenting</i>	56
3.4.2 <i>Targeting</i>	57
3.4.3 <i>Positioning</i>	57
3.5 Data Proyek Sejenis	58
3.5.1 Manikan	58
3.5.2 Maen Kaen	59
3.6 Data Hasil Wawancara	61
3.6.1 Merdi Sihombing (<i>Fashion Designer</i>).....	61

3.6.2 Ratna Panggabean (Dosen Kriya Tekstil ITB).....	61
3.6.3 Prof K.T. Sirait.....	62
3.6.4 Keke Marpaung (<i>Fashion Designer</i>)	62
3.6.5 Herman Yusuf (Dosen Kriya Tekstil STDI)	62
3.6.6 Generasi Muda Batak.....	63
3.7 Data Kuesioner.....	63
3.8 Data Analisa	66
3.8.1 Analisa SWOT Proyek Sejenis	66
3.8.2 Analisa SWOT <i>Brand Fesyen Au Gorga</i>	68
3.8.3 Matriks SWOT	69
3.8.4 Analisis Data Proyek Sejenis	72
BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	74
4.1 Konsep Perancangan	74
4.2 Konsep Pesan	75
4.2.1 Strategi Pesan	75
4.3 Konsep Kreatif	76
4.4 Bisnis Kanvas.....	77
4.5 Penjadwalan Media.....	78
4.6 Konsep Visual.....	78
4.7 Konsep Media	80
4.5.1 Media Utama.....	80
4.5.2 Media Pendukung	80

4.8 Hasil Perancangan	81
4.8.1 Logo	81
4.8.2 Penerapan Identitas	82
4.8.3 Visual Ornamen <i>Gorga</i>	85
4.8.4 Media Promosi	86
4.8.5 Lookbook	91
4.6.6 Packaging	92
4.6.7 Perancangan Produk	93
BAB 5 PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	94