

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Permasalahan	4
I.2.1. Identifikasi Masalah	4
I.2.2. Rumusan Masalah	4
I.3. Ruang Lingkup	4
I.3.1. Segmentasi	4
I.3.2. Targeting	5
I.3.3. Positioning	5
I.4. Tujuan Perancangan	5
I.5. Metode Pengumpulan Data dan Analisis Perancangan	6
I.5.1. Metode Pengumpulan Data	6
I.5.2. Analisis	7
I.6. Skema Perancangan	9
I.7. Pembabakan	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN	12
2.1. Perancangan	12
2.1.1. Pengertian Perancangan	12
2.1.2. Proses Perancangan Secara Umum	13
2.2. Pemasaran	14
2.2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.2.2. Manajemen Pemasaran	14
2.2.3. Bauran Pemasaran	15
2.3. Promosi	17
2.3.1. Pengertian Promosi	17
2.3.2. Tujuan Promosi	18
2.3.3. Bauran Promosi	19
2.3.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi	19
2.3.5. Elemen-Element Promosi	20
2.4. Mendesain Ulan Identitas Visual	21
2.4.1. Mendesain Ulang	21
2.4.2. Corporate Identity	23
2.4.3. Identitas Visual	24
2.5. Desain Komunikasi Visual	27
2.5.1. Warna	28
2.5.2. Huruf	32
2.5.3. Layout	36

2.5.4. Teori Komunikasi Visual	38
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	39
3.1. Data Usaha	39
3.1.1. Sejarah Garland Galore	39
3.1.2. Visi dan Misi Garland Galore	40
3.1.3. Moto Garland Galore	41
3.1.4. Tujuan Garland Galore	41
3.1.5. Logo Garland Galore	42
3.1.6. Data Produk	42
3.1.7. Media Promosi Terdahulu	43
3.2. Data Khalayak Sasaran	43
3.3. Analisis Data	45
3.3.1. Analisis Hasil Wawancara	45
3.3.2. Kuesioner	50
3.3.3. Matriks Perbandingan Usaha Sejenis	54
3.3.4. Analisa SWOT Garland Galore	61
3.3.5. Analisis Matrix SWOT Garland Galore	62
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	64
4.1. Konsep Komunikasi	64
4.1.1. Tujuan Komunikasi	64
4.1.2. Sasaran Komunikasi	64
4.1.3. Strategi Komunikasi	65
4.2. Konsep Kreatif	65
4.3. Konsep Visual	66
4.3.1. Konsep Visual Logo dan Media Promosi	66
4.3.2. Konsep simbol	68
4.3.3. Konsep Media	69
4.3.4. Budgeting Media	71
4.4. Konsep Bisnis	72
4. 4.1. Marketing Mix	72
4. 4.2. Konsep Marketing Communication	72
4.5. Hasil Perancangan	73
4.5.1. Logo Aplikasi Garland Galore	73
4.5.2. Tampilan Aplikasi	76
BAB V PENUTUP	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	85