

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup .....	6
1.4 Tujuan Perancangan .....	6
1.5 Metode Penelitian .....	7
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.5.2 Metode Analisis Data .....	8
1.6 Kerangka Perancangan .....	9
1.7 Pembabakan .....	10
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>11</b>
2.1 Perancangan .....	11
2.2 Identitas Visual .....	11
2.3 Brand .....	14
2.3.1 Brand Identity .....	16
2.3.2 Brand Awareness .....	16
2.3.3 Brand Arsitektur .....	17

2.4	Logo .....	17
2.5	Desain Komunikasi Visual .....	19
2.5.1	Prinsip Desain .....	19
2.5.2	Unsur Desain .....	20
2.6	Promosi .....	22
2.7	Media .....	24
 <b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>		<b>26</b>
3.1	Data Pemberi Proyek .....	26
3.1.1	Profil Dilts Foundation .....	26
3.1.2	Tujuan Layanan Dilts Foundation .....	28
3.1.3	Visi dan Misi Dilts Foundation .....	29
3.1.4	Struktur Organisasi Dilts Foundation .....	31
3.1.5	Mitra dan Donatur Dilts Foundation .....	32
3.1.6	Anak Jalanan Binaan .....	33
3.1.7	Fakta dan Permasalahan .....	34
3.1.7	Fakta dan Permasalahan .....	34
3.2	Data Produk .....	37
3.3	Data Khalayak Sasaran .....	41
3.4	Proyek Sejenis .....	42
3.5	Data Hasil Observasi .....	45
3.5.1	Wawancara .....	45
3.5.2	Kuisisioner .....	46
3.6	Analisis .....	46
3.6.1	Analisis SWOT .....	47
3.6.2	Analisis Matriks SWOT .....	48
3.6.3	Analisis Matriks Perbandingan .....	50
3.6.4	Kesimpulan Analisis .....	53
 <b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Konsep Pesan .....	54
4.1.2	Tujuan Pesan .....	55

4.1.3 Strategi Pesan .....	55
4.1.1 Tagline .....	56
4.2 Konsep Kreatif .....	56
4.3 Target Sasaran .....	57
4.4 Konsep Media .....	57
4.4.1 Media Utama .....	57
4.4.2 Media Pendukung .....	58
4.5 Konsep Visual .....	58
4.6 Hasil Perancangan .....	63
4.5.1 Logo Utama .....	63
4.5.2 Logo Divisi .....	64
4.5.3 Elemen Visual .....	66
4.5.4 Guidelines Brand Book .....	67
4.5.5 Media Digital .....	67
4.5.6 Media Cetak .....	71
4.5.7 Stationary .....	73
4.5.6 Merchandise .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>