

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6 Kerangka Perancangan	7

1.7 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Branding	9
2.1.2 Logo	10
2.1.3 Packaging	12
2.1.4 Promosi	14
2.1.5 Media Promosi	15
2.1.6 AISAS	19
2.1.7 Elemen Desain	20
2.2 Kerangka Teori	27
2.3 Asumsi	28
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	29
3.1 Data	29
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek	29
3.1.2 Data Produk	31
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	39
3.1.4 Data Proyek Sejenis	41
3.1.5 Data <i>Benchmark</i>	45
3.2 Analisis Data	48
3.2.1 Wawancara	48
3.2.2 Visual	52

3.2.3 Kuesioner	56
3.3 Analisis SWOT	63
3.3.1 Analisis Matriks SWOT	63
3.3.2 Strategi SWOT	64
BAB IV KONSEP & HASIL PERANCANGAN	65
4.1 Konsep Pesan.....	65
4.2 Konsep Kreatif	66
4.3 Konsep Visual	69
4.4 Konsep Media	73
4.5 Hasil Perancangan	82
4.5.1 Desain Logo Produk	82
4.5.2 Packaging	84
4.5.3 Brosur	84
4.5.4 Neon Box	85
4.5.5 Web Banner	85
4.5.6 Banner	86
4.5.7 Papan Nama dan Signage	87
4.5.8 Media Table Info	88
4.5.9 <i>e-flyer</i>	88
4.5.10 Iklan Cetak	89
4.5.11 Media Sosial	90
4.5.12 Website	91

4.6 Anggaran	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
LAMPIRAN	95
DAFTAR PUSTAKA	xvii
SUMBER LAIN	xix