

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.4.1 Apa.....	4
1.4.2 Bagaimana.....	4
1.4.3 Tempat .....	4
1.4.4 Waktu.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Analisis Data.....	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	6
1.8 Pembabakan .....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 Desain .....	8
2.1.1 Pengertian Desain .....	8
2.2 Desain Komunikasi Visual .....	8
2.2.1 Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual.....	9
2.3 Merek .....	12
2.3.1 Merek dalam lingkup pemasaran .....	12
2.3.2 Kriteria pemilihan unsur merek .....	12
2.3.3 Unsur-unsur merek.....	13
2.3.4 Identitas merek.....	14
2.3.5 Peran identitas merek .....	15

2.3.6	Identitas Visual .....	15
2.4	Definisi dan fungsi kemasan.....	15
2.4.1	Pentingnya kemasan untuk <i>branding</i> .....	16
2.4.2	Kategori produk, sifat, dan pilihan <i>packaging</i> .....	16
2.4.3	Komponen kemasan.....	17
2.5	Arti <i>Marketing</i> .....	19
2.5.1	Promosi .....	19
2.5.2	<i>Above The Line</i> .....	19
2.5.3	<i>Below The Line</i> .....	20
2.5.4	<i>Through The Line</i> .....	20
2.6	Media Sosial.....	21
2.7	Brand Activation (Aktivasi Merek) .....	21
2.8	Tipografi .....	22
<b>BAB III.....</b>		<b>24</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>		<b>24</b>
3.1	Data .....	24
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek .....	25
3.1.2	Data Produk .....	27
3.2	Data Khalayak Sasaran .....	34
3.3	Data Proyek Sejenis .....	35
3.3.1	Leloq Heritage .....	36
3.3.2	<i>Chocolate Monggo</i> .....	37
3.3.3	<i>Teassert</i> .....	38
3.4	Data Hasil Wawancara.....	39
3.4.1	Wawancara Instansi Terkait.....	39
3.4.2	Wawancara Khalayak Sasaran.....	45
3.5	Data Hasil Observasi.....	49
3.6	Analisis Data.....	49
3.6.1	Analisis SWOT .....	49
3.6.2	Matriks SWOT.....	50
3.7	Analisis Proyek Sejenis.....	52
3.7.1	Analisis SWOT Proyek Sejenis .....	59
<b>BAB IV.....</b>		<b>61</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>		<b>61</b>
4.1	Konsep .....	61
4.1.1	Konsep Pesan .....	61
4.1.2	Konsep Kreatif.....	62
4.1.3	Konsep Media .....	64
4.1.4	Konsep Visual.....	66
4.1.5	Konsep Bisnis .....	68
4.2	Hasil Perancangan.....	70
4.2.1	Warna.....	70

4.2.2	Tipografi .....	71
4.2.3	Logo .....	71
4.2.4	Kemasan.....	73
4.2.5	Media Sosial.....	95
4.2.6	<i>Website</i> .....	96
4.2.7	<i>Baliho</i> .....	97
4.2.8	<i>Hanging Banner</i> .....	98
4.2.9	<i>Wobbler</i> .....	99
4.2.10	<i>Stationery</i> .....	101
4.2.11	Kartu Ucapan .....	102
4.2.12	<i>Single Pack</i> .....	102
4.2.13	<i>Display Box</i> .....	104
<b>BAB V</b>	.....	<b>105</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>105</b>
5.1	Kesimpulan dan Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>108</b>