

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	
xiv	
BAB 1	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	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Kerangka Perancangan	6
BAB 2	7
2.1 Pengertian Brand dan Branding Secara Garis Besar	7
2.2 Hubungan Branding Dengan Konsumen	7
2.3 Identitas Visual Sebagai Corporate Identity	8
2.4 Hubungan Identitas Visual Dengan Promotional Mix	9
2.5 Cakupan Desain Komunikasi Visual Dalam Identitas Visual	10
2.6 Peran STP Dalam Strategi Pemasaran	26
2.7 Wayfinding	26
BAB 3	28
3.1 Data Museum Zoologi.....	28
3.1.1 Profil Museum Zoologi.....	28

3.1.2 Visi dan Misi Museum Zoologi	31
3.1.3 Tujuan Museum Zoologi	31
3.1.4 Koleksi Museum Zoologi.....	32
3.3 Data Observasi	34
3.4 Data Proyek Sejenis	42
3.5 Data Hasil Wawancara.....	44
3.6 Data Hasil Kuesioner	45
3.7 Analisis Data.....	48
BAB 4	53
4.1 Konsep.....	53
4.1.1 Konsep Pesan.....	53
4.1.2 Konsep Kreatif	53
4.1.3 Konsep Media.....	54
4.1.4 Konsep Visual.....	54
4.1.5 Konsep Bisnis	58
4.2 Hasil Perancangan	59
4.2.1 Logo	59
4.2.2 X-Banner.....	60
4.2.3 Brosur.....	61
4.2.4 Tiket Masuk.....	62
4.2.5 Merchandise	63
4.2.6 Wayfinding	64
4.2.7 Museum Guide Book For Children.....	65
4.2.8 Stiker	66
4.2.9 Maskot.....	67
BAB 5	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73