

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.6 Kerangka Perancangan.....	6
1.7 Pembabakan	6
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	8
2.1 Teori Perancangan	8
2.1.1 Pengertian Perancangan	8
2.1.2 Proses Perancangan.....	8
2.2 Pengertian Identitas Visual	9
2.3 Pengertian Brand dan Branding Secara Garis Besar.....	9
2.4 Pengertian dan Tujuan Promosi	10
2.5 Bauran Promosi atau <i>Promotional Mix</i>	10
2.5.1 Iklan (<i>Advertising</i>)	11
2.5.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	11
2.5.3 Hubungan Masyarakat	11
2.5.4 Personal Selling.....	11
2.5.5 Direct Marketing.....	11
2.6 Cakupan Desain Komunikasi Visual dalam Identitas Visual.....	12
2.7 Ilustrasi.....	19
2.7.1 Jenis Ilustrasi.....	19

2.8	<i>Singage dan Wayfinding</i>	20
2.9	<i>Motion Graphic</i>	21
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		22
3.1	Data Rumah Bersejarah Inggit Garnasih	22
3.1.1	Profil Rumah Bersejarah Inggit Garnasih	22
3.1.2	Visi dan Misi Rumah Bersejarah Inggit Garnasih	24
3.1.3	Tujuan Rumah Bersejarah Inggit Garnasih.....	24
3.1.4	Fungsi Rumah Bersejarah Inggit Garnasih	24
3.1.5	Koleksi Rumah Bersejarah Inggit Garnasih.....	25
3.2	Data Khalayak Sasaran	26
3.3	Data Observasi	27
3.4	Data Proyek Sejenis	32
3.5	Data Wawancara	33
3.6	Data Hasil Kuesioner	34
3.7	Analisis Data.....	39
3.7.1	Analisis STP.....	39
3.7.2	Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>).....	40
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		43
4.1	Konsep	43
4.1.1	Konsep Pesan	43
4.1.2	Konsep Kreatif	43
4.1.3	Konsep Media	44
4.1.4	Konsep Visual	45
4.1.5	Konsep Marketing Communication	48
4.2	Hasil Perancangan.....	49
4.2.1	Logo	49
4.2.2	Elemen Grafis	49
4.2.3	<i>Mockup</i> Logo	49
4.2.4	<i>Stationary</i>	50
4.2.5	Brosur.....	51
4.2.6	<i>Guide Book</i>	51
4.2.7	<i>X-banner</i>	52
4.2.8	<i>Merchandise</i>	53
4.2.9	Media Promosi	53

4.2.10	<i>Singage</i>	54
4.2.11	<i>Wayfinding</i>	54
4.2.12	Tampilan Interior	54
4.2.13	<i>Motion Graphic Logo</i>	54
BAB V PENUTUP		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		54