

DAFTAR ISI

PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujun Perancangan	4
1.6 Metode Penelitian Data dan Analisis.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori <i>Brand Identity</i>	9
2.1.1 Pemahaman <i>Brand Identity</i>	9
2.1.2 Pemahaman <i>Branding</i>	10
2.1.3 Pemahaman Logo.....	10
2.1.4 Pemahaman <i>Tagline</i>	10
2.1.5 Elemen <i>Tagline</i>	12
2.1.6 Kriteria <i>Tagline</i> Yang Baik.....	12
2.1.7 Tahapan Pembuatan <i>Tagline</i>	13
2.2 Teori <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	13

2.3	Teori Perancangan.....	14
2.3.1	<i>Layout</i>	14
2.3.2	Warna.....	15
2.3.3	Tipografi.....	18
2.4	Kerangka Teori.....	21
BAB III.....		22
DATA DAN ANALISIS.....		22
3.1	Data.....	22
3.1.1	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Garut Garut.....	22
3.1.2	Data Obyek Penelitian.....	24
3.1.3	Data Khalayak Sasaran.....	28
3.1.4	Data Hasil Observasi.....	31
3.1.5	Data Hasil Wawancara.....	32
3.1.6	Data Hasil Kuesioner.....	33
3.1.7	Data Proyek Sejenis.....	37
3.2	Analisis Data.....	39
3.2.1	Analisis Hasil Observasi.....	39
3.2.2	Analisis Hasil Kuesioner.....	39
3.2.3	Analisis Hasil Wawancara.....	40
3.2.4	Matriks Perbandingan.....	41
BAB IV.....		43
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		43
4.1	Konsep Pesan.....	43
4.1.1	<i>Big Idea</i>	43
4.1.2	Tujuan Pesan.....	43
4.1.3	<i>Tagline</i>	43
4.2	Konsep Kreatif.....	44
4.3	Konsep Visual.....	45
4.3.1	<i>Moodboard</i>	45

4.3.2	Gaya Visual.....	45
4.3.3	<i>Layout</i>	46
4.3.4	Tipografi.....	47
4.3.5	Warna.....	48
4.4	Konsep Media.....	48
4.4.1	Media Cetak.....	48
4.5	Hasil Perancangan.....	50
BAB V.....		63
KESIMPULAN & SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	63