

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATAPENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
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.....	3
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Metode Penelitian	4
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.6. Kerangka Perancangan	6
1.7. Pembabakan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Merek (<i>Brand</i>) dan Permerekan (<i>Branding</i>).....	8
2.1.1 Kriteria Pemilihan Unsur Merk	8
2.1.2 <i>Destination Branding</i>	8
2.2 Identitas Visual.....	9
2.2.1 Logo Sebagai Identitas Visual.....	9
2.2.2 Produk Turunan dari Brand Identity	10
2.3 Desain Komunikasi Visual	11
2.3.1 Tipografi.....	11
2.3.2 Ilustrasi.....	13

2.3.3 Prinsip-Prinsip Desain	14
2.3.4 Unsur-Unsur Desain	18
BAB III DATA DAN DATA ANALISIS	
3.1 Data.....	24
3.1.1 Institusi Pemberi Proyek	24
3.1.2 Data Khalayak Sasaran	27
3.1.3 Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner	28
3.1.4 Data Proyek Sejenis	42
3.2 Analisis Data.....	49
3.2.1 Matriks Perbandingan	49
3.2.2 Analisis.....	51
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN	53
4.1 Konsep Pesan	53
4.2 Konsep Kreatif	54
4.3 Konsep Media	60
4.4 Konsep Visual	51
4.5 Konsep Bisnis	63
BAB V PENUTUP	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	75