

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	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 Cara Pengumpulan Data dan Analisis .....	4
1.5.1 Cara Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Cara Analisis Data.....	5
1.6 Kerangka Perancangan .....	6
1.7 Pembabakan .....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Teori Branding .....	8
2.1.1 <i>Place Branding</i> .....	8
2.1.2 <i>Brand Awareness &amp; Brand Image</i> .....	9
2.1.3 Identitas Merek .....	9

2.1.4 Perspektif Identitas Merek .....	9
2.1.5 Elemen Dalam Brand.....	10
2.1.6 Unsur-Unsur Dalam Merek .....	10
2.1.5 Manfaat Merek.....	14
2.2 Teori Desain Komunikasi Visual .....	15
2.2.1 Ilustrasi .....	15
2.2.2 Tipografi .....	16
2.2.3 Warna.....	18
2.2.4 <i>Layout</i> .....	20
2.3 Kerangka Teori.....	24
BAB III .....	25
DATA DAN ANALISIS.....	25
3.1 Data .....	25
3.1.1 Data Pemberi Proyek .....	25
3.1.2 Data Obyek Penelitian .....	32
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	34
3.1.4 Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner .....	35
3.1.5 Data Proyek Sejenis.....	50
3.2 Analisis Data .....	52
3.2.1 Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner .....	52
3.2.2 Analisis Data Proyek Sejenis.....	53
3.3 Rangkuman dan Kesimpulan Hasil Analisis Data.....	55
BAB IV .....	57
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....	57
4.1 Konsep Pesan .....	57
4.2 Konsep Kreatif .....	57
4.3.1 Konsep Warna .....	58
4.3.2 Konsep Ilustrasi .....	59

4.3.3 Konsep Tipografi .....	60
4.4 Konsep Media .....	61
4.4.1 Media Utama .....	61
4.4.2 Media Pendukung .....	61
4.5 Konsep Bisnis.....	62
4.6 Hasil Perancangan .....	64
BAB 5 .....	78
PENUTUP .....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN.....	81