

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	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	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Metode Analisis.....	5
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Sistematika Penulisan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Strategi Desain	9
2.2 Teori Analisis Lingkungan Internal.....	9
2.2.1 SWOT (<i>Strenghts, Weakness, Oppurtunities, Treaths</i>)	10
2.3 Teori Analisis Lingkungan Eksternal	11
2.3.1 PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi).....	11
2.3.2 Analisis Industri (PORTER’S 5 Forces)	12
2.4 Teori Analisis Kompetitif (Perceptual Marketing).....	14
2.5 Teori Analisis Pasar.....	15
2.4.1 PLC (Product Life Cycle)	15
2.4.2 Ansoff Matriks.....	16
2.6 Teori Analisis Khalayak Sasaran.....	17
2.6.1 STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)	17

2.7	Teori Desain Audit	18
2.8	Teori Strategi Bisnis	18
2.9	Teori Komunikasi Pemasaran	19
2.9.1	AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	19
2.10	Teori Desain Komunikasi Visual	20
2.10.1	Prinsip Desain.....	20
2.10.2	Unsur Desain	20
2.10.3	Teori Ilustrasi.....	23
2.10.4	Teori Tipografi	26
2.10.5	Teori <i>Layout</i>	29
BAB 3	38
DATA DAN ANALISIS	38
3.1	Data	38
3.1.1	Profile Hirka Shoes.....	38
3.1.2	Sejarah Hirka Shoes.....	39
3.1.3	Produk Yang Ditawarkan.....	40
3.1.4	Data Khalayak Sasaran	42
3.1.5	Data Hasil Observasi.....	43
3.1.6	Data Hasil Wawancara.....	45
3.1.7	Data Desain Terdahulu.....	46
3.1.8	Data Pesaing Sejenis	53
3.2	Analisis Data.....	70
3.2.1	Analisis wawancara	70
3.2.2	Analisis Kuisisioner	71
3.2.3	Analisis Perbandingan.....	77
3.3	Analisis Strategi Desain.....	78
3.3.1	Analisis Lingkungan Eksternal.....	78
3.3.2	Analisis Lingkungan Eksternal.....	85
3.2.4	Analisis Pasar	89
3.2.5	Design Audit.....	91
3.2.6	Kesimpulan Analisis Strategi Desain.....	93
BAB 4	94
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	94
4.1	Konsep Perancangan.....	94

4.2	Konsep Pesan	95
4.2.1	Ide besar	95
4.2.2	Tujuan Komunikasi.....	95
4.2.3	Tujuan Pesan	95
4.2.4	Konsep Kreatif.....	97
4.2.5	Konsep Visual	98
4.2.6	Konsep Media.....	102
4.2.7	<i>Media budgeting</i>	103
4.3	Hasil Perancangan	105
4.3.1	Logo.....	105
4.3.2	Stationery	106
4.3.3	Media Sosial.....	110
4.3.4	Kemasan.....	114
4.3.5	<i>Sign System</i>	116
4.3.6	Media Cetak	118
4.3.7	Merchandise	120
4.3.8	<i>Display Booth</i>	122
BAB 5	123
PENUTUP	123
5.1	Kesimpulan	123
5.2	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125