

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup Permasalahan.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.7 Metode Analisis.....	6
1.8 Kerangka Penelitian.....	8
1.9 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Strategi Desain.....	10
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	11
2.2.1 PEST (Politic, Economy, Social, Technology).....	11
2.2.2 Porter's 5 Forces.....	13
2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	15
2.3.1 Value Chain Analysis.....	15
2.4 Analisis Kompetitif.....	16
2.5 Analisis SWOT.....	17
2.6 Analisis Pasar.....	19
2.6.1 PLC (Product Life Cycle).....	19
2.6.2 Ansoff Matrix.....	21
2.7 Analisis Khalayak Sasaran (STP).....	22
2.8 Desain Audit.....	23
2.9 Strategi Bisnis.....	23

2.10 Elemen Desain Grafis.....	25
2.10.1 Ilustrasi.....	25
2.10.2 Tipografi.....	26
2.10.3 Warna.....	28
2.10.4 Layout.....	30
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	32
3.1 Data Objek Penelitian.....	32
3.1.1 Profil Perusahaan.....	32
3.1.2 Data Produk.....	33
3.1.3 Data Khalayak Sasar.....	35
3.1.4 Data Wawancara.....	37
3.1.5 Data Observasi.....	39
3.1.6 Data Desain Terdahulu.....	40
3.1.7 Data Pesaing Sejenis.....	41
3.2 Analisis Data.....	48
3.2.1 Analisis Wawancara.....	48
3.2.2 Analisis Kuisisioner.....	49
3.2.3 Analisis Perbandingan.....	55
3.3 Analisis Strategi Desain.....	58
3.3.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	58
3.3.2 Analisis Kompetitif.....	62
3.3.3 Analisis Lingkungan Internal.....	63
3.3.4 Analisis SWOT.....	64
3.3.5 Analisis Pasar.....	68
3.3.6 Analisis Strategi Bisnis.....	70
3.3.7 Desain Audit.....	70
3.3.8 Kesimpulan Analisis Strategi Desain.....	72
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	74
4.1 Konsep Perancangan.....	74
4.1.1 Konsep Pesan.....	74
4.1.2 Konsep Kreatif.....	76
4.1.3 Konsep Visual.....	76

4.1.4 Konsep Media.....	80
4.1.5 Business Model Canvas.....	83
4.1.6 Media Budgeting.....	85
4.2 Hasil Perancangan.....	87
4.2.1 Identitas Brand.....	87
4.2.2 Kemasan.....	92
4.2.3 Media Promosi.....	97
4.2.4 Website.....	103
4.2.5 Merchandise.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.1 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111