

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan	ii
Abstrak	iii
Abstract	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	i
Daftar Tabel	iii
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 Penelitian	4
1.5.1 Metodologi.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data.....	5
1.6 Kerangka Perancangan.....	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II	9
Landasan teori	9
2.1 Teori Strategi Desain	9
2.2 Analisis SWOT	9
2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	11
2.3.1 Teori Analisis Khalayak Sasaran	11

2.4	Analisis Lingkungan Eksternal	11
2.4.1	Analisis PEST	12
2.4.2	Analisis Porter's 5 Force.....	13
2.4.3	<i>Perceptual Mapping</i>	15
2.5	Desain Audit	15
2.6	Merek (<i>Brand</i>)	15
2.6.1	Branding.....	16
2.6.2	Brand Identity	16
2.6.3	Brand Awareness	16
2.7	Logo	16
2.7.1	Logogram.....	17
2.7.2	Logotype	17
2.8	Teori Desain Komunikasi Visual.....	18
2.8.1	Ilustrasi.....	18
2.8.2	Tipografi	21
2.8.3	Layout	22
2.8.4	Warna.....	22
2.9	Kerangka Teori	26
2.10	Asumsi	26
BAB III.....		27
Data dan Analisis		27
3.1	Data Objek Penelitian	27
3.1.1	Profil Perusahaan	27
3.1.2	Data Produk	28
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	30
3.1.4	Data Wawancara	31
3.1.5	Data Observasi	32

3.1.6	Data Desain Terdahulu.....	34
3.1.7	Data Pesaing Sejenis.....	35
3.2	Analisis Data.....	43
3.2.1	Analisis Wawancara.....	43
3.2.2	Analisis Kuesioner.....	43
3.2.3	Analisis Perbandingan.....	50
3.2.4	<i>Perceptual Mapping</i>	52
3.3	Analisis Strategi Desain.....	52
3.3.1	Analisis SWOT.....	52
3.3.2	Analisis Lingkungan Internal.....	54
3.3.3	Analisis Lingkungan Eksternal.....	55
3.4	Desain Audit.....	58
3.5	Kesimpulan Hasil Analisis.....	59
BAB IV	62
Konsep dan hasil perancangan	62
4.1	Konsep Perancangan.....	62
4.1.1	Big Idea.....	62
4.1.2	Tujuan Pesan.....	63
4.1.3	Strategi Pesan.....	63
4.2	Konsep Kreatif.....	63
4.3	Konsep Visual.....	64
4.3.1	Konsep Ilustrasi.....	64
4.3.2	Konsep Warna.....	65
4.3.3	Konsep Typografi.....	66
4.3.4	<i>Mood Board</i>	67
4.4	Konsep Media.....	68
4.5	Konsep Bisnis.....	69

4.5.1	Budgeting Media.....	69
4.6	Hasil Perancangan.....	69
4.6.1	Logo	69
4.6.2	Sistem Desain.....	70
4.6.3	<i>Instagram Highlight</i>	71
4.6.4	<i>Stationery</i>	71
4.6.5	Kemasan.....	72
4.6.6	Konten <i>Instagram</i>	74
BAB V	76
KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	76
Daftar pustaka	77