

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Ruang Lingkup.....	5
1.5. Tujuan.....	5
1.6. Metode Pengumpulan Data	5
1.6.1. Data Primer	5
1.6.2. Data Sekunder (Studi Pustaka).....	6
1.7. Metode Analisis Data	7
1.8. Kerangka Perancangan	8
1.9. Pembabakan	9
BAB II.....	10
2.1. <i>Brand</i>	10
2.1.1. <i>Branding</i>	10
2.1.2. <i>Brand Strategy</i>	11
2.1.3. <i>Brand Identity</i>	11
2.1.4. <i>Brand Positioning</i>	12
2.1.5. <i>Brand Personality</i>	13
2.1.6. <i>Brand Communication</i>	13
2.1.7. <i>Brand Equity</i>	14
2.1.8. Identitas Visual.....	14
2.1.9. Kesimpulan Teori <i>Brand</i>	15
2.2. Logo.....	16
2.2.1. Anatomi Logo	17

2.2.2. Klasifikasi Bentuk Logo.....	18
2.2.3. Kriteria Logo.....	18
2.2.4. Kesimpulan Teori Logo.....	19
2.3. Desain.....	19
2.3.1. Desain Komunikasi Visual.....	19
2.3.2. Ilustrasi.....	26
2.3.3. Layout.....	26
2.3.4. Tipografi.....	26
2.3.5. Kesimpulan Teori Desain.....	31
2.4. Pemasaran.....	32
2.4.1. Strategi Pemasaran.....	32
2.4.2. Bauran Pemasaran.....	33
2.4.3. Kesimpulan Teori Pemasaran.....	34
2.5. Media.....	35
2.6. Kerangka Teori.....	37
BAB III.....	38
3.1. Data Museum Provinsi Kalimantan Barat.....	38
3.1.1. Profil Museum.....	38
3.1.2. Visi & Misi Museum.....	39
3.1.3. Fasilitas Museum.....	40
3.1.4. Pelayanan.....	41
3.2. Data Khalayak Sasaran.....	42
3.2.1. <i>Segmenting</i>	42
3.2.2. <i>Targeting</i>	43
3.2.3. <i>Positioning</i>	43
3.3. Data Proyek Sejenis.....	43
3.3.1. Museum Geologi Bandung.....	43
3.3.2. Museum Sri Baduga.....	48
3.4. Data Observasi.....	51
3.5. Data Wawancara.....	57
3.6. Data Kuesioner.....	59
3.2.1. Data Responden.....	59
3.2.2. Hasil Kuesioner.....	61
3.7. Analisis Khalayak Sasar.....	70
3.7.1. <i>Customer Journey</i>	70
3.7.2. <i>Value Proposition</i>	70

3.8. Analisis SWOT	73
3.9. Analisis Matriks Perbandingan	76
3.9.1. Logo	76
3.9.2. Media Informasi & Komunikasi.....	78
3.10. Penarikan Kesimpulan	80
BAB IV	83
4.1. Konsep Pesan	83
4.1.1. <i>Big Idea</i>	84
4.1.2. Tagline	84
4.1.3. Strategi Pesan	84
4.1.4. Tujuan Pesan	85
4.2. Konsep Kreatif	85
4.3. Konsep Visual	86
4.3.1. Pengayaan Visual	86
4.3.2. Tipografi	87
4.3.3. Layout	87
4.3.4. Warna.....	87
4.4. Konsep Media	88
4.5. Hasil Perancangan	91
4.5.1. Eksplorasi Logo	91
4.5.2. Logo	93
4.5.3. Display Informasi Koleksi.....	94
4.5.4. <i>X-Banner</i>	95
4.5.5. <i>Wayfinding Signage</i>	96
4.5.6. Brosur.....	98
4.5.7. Tiket	99
4.5.8. Media Sosial.....	99
4.5.9. <i>Stationery</i>	104
4.5.10. <i>Merchandise</i>	105
4.5.11 <i>Flyer</i>	107
BAB V	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN	xi