

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XIV
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 Penelitian dan Manfaat Perancangan	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis Data	5
1.6 Kerangka Perancangan	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Analisis Internal	10
2.2 Teori Analisis Eksternal	11
2.2.1 Analisis PEST	11
2.2.2 Analisis Porter 5 Force's	11
2.3 Teori Analisis Kompetitif (Preceptual Mapping)	13
2.4 Teori Analisis SWOT - SWOT Matrix	13
2.5 Teori Analisis Pasar	15

2.5.1 Analisis PLC-----	15
2.5.2 Ansoff Matrix-----	16
2.5.3 Analisis Matriks Perbandingan-----	17
2.6 Teori Analisis Khalayak Sasaran -----	18
2.6.1 STP-----	18
2.6.2 Marketing Mix-----	19
2.7 Teori Strategi Bisnis (Porter Generic Strategy)-----	20
2.8 Teori Strategi Desain -----	21
2.9 Teori Desain Komunikasi Visual -----	22
2.9.1 Layout-----	22
2.9.2 Warna -----	24
2.9.3 Tipografi-----	26
2.9.4 Ilustrasi -----	28
BAB III-----	30
DATA DAN ANALISIS MASALAH -----	30
3.1 Data Objek Penelitian-----	30
3.1.1 Profil Perusahaan -----	30
3.1.2 Data Produk-----	31
3.1.3 Data khalayak Sasaran -----	36
3.1.4 Data Wawancara-----	37
3.1.5 Data Observasi-----	39
3.1.6 Data Kuesioner -----	40
3.1.7 Data Media Promosi Terdahulu -----	48
3.2 Analisis Data-----	56
3.2.1 Analisis Internal -----	56
3.2.2 Analisis Eksternal -----	57
3.2.3 Analisis SWOT-SWOT Matrix-----	60
3.2.4 Analisis Pasar-----	63
3.2.5 Analisis Khalayak Sasaran-----	65
3.2.6 Analisis Kompetitif -----	69
3.2.7 Desain Audit-----	71
3.3 Kesimpulan Hasil Analisis Data-----	74

BAB IV	77
KONSEP STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN	77
4.1 Strategi Desain	77
4.2 Konsep Bisnis	77
4.3 Konsep Komunikasi	78
4.3.2 Sasaran Komunikasi	79
4.3.3 Strategi Komunikasi	79
4.4 Konsep Kreatif	81
4.5 Konsep Visual	81
4.6 Konsep Media	86
4.6.1 Pemilihan Media	87
4.6.2 Budgeting Media	88
4.6.3 Business Model Canvas	92
4.7 Hasil Perancangan	93
4.7.1 Logo Sekar Jawi	93
4.7.2 Stationary	94
4.7.3 Ilustrasi	95
4.7.4 Packaging	95
4.7.5 Instagram	112
4.7.6 Facebook	118
4.7.7 Media Offline	120
BAB 5	122
PENUTUP	122
5.1. Kesimpulan	122
5.1. Saran	122