

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.4.1 Batasan Masalah	3
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Pengumpulan data	4
1.5.2 Analisis Data.....	5
1.6 Kerangka Perancangan	5
1.7 Pembabakan	6
BAB II	7
2.1 Perancangan	7
2.2 Destinasi <i>Branding</i>	7
2.2.1 Pengertian destinasi <i>branding</i>	7
2.2.2 Unsur-unsur <i>branding</i>	7
2.2.3 Pengertian Identitas Merek	9
2.2.4 Identitas visual	10
2.3 Desain Komunikasi Visual	11
2.3.1 Prinsip kerja desain	11
2.3.2 Unsur-unsur Desain.....	14
2.3.3 Typografi	17
2.3.4 Layout.....	20
2.3.5 Ilustrasi	20
BAB III	21
3.1 Data Pemberi Proyek	21
3.2 Data Produk	22
3.3 Data Khalayak Pasar	28
3.4 Data Proyek Sejenis	28

3.5 Hasil Pengumpulan Data	33
3.5.1 Data wawancara	33
3.6 Analisis Data	37
3.6.1 Hasil Wawancara	37
3.6.2 Hasil Kuesioner.....	38
3.6.3 Analisis Matriks Perbandingan.....	38
BAB IV	42
4.1 Konsep Perancangan	42
4.1.1 Konsep Pesan	42
4.1.2 Konsep Kreatif.....	42
4.1.3 Moodboard.....	43
4.1.4 Konsep Media	43
4.1.5 Konsep Visual.....	44
4.1.6 Konsep Komunikasi	44
4.1.7 Konsep Bisnis	46
4.2 Hasil Perancangan	47
4.2.1 Logo	47
4.2.2 Sistem Ukuran Logo	48
4.2.3 Regulasi Logo	49
4.2.4 Logo Hitam dan Putih	49
4.2.5 Warna	50
4.2.6 Tipografi	50
4.2.7 Tagline.....	51
4.2.8 <i>Brand Guidelines</i>	52
4.3 Media Pendukung	53
4.3.1 Website	53
4.3.2 Pictogram Fasilitas	54
4.3.3 Fasilitas <i>Sign</i>	54
4.3.4 Stationery.....	56
4.3.5 Tiket Masuk	56
4.3.6 <i>Merchandise</i>	57

4.3.7 Poster <i>Event</i>	58
4.3.8 <i>X-Banner</i>	60
4.3.9 Sosial Media	60
BAB V	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64