

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.2.3 Batasan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan	6
1.4.1 Tujuan Perancangan	6
1.4.2 Manfaat Perancangan	6
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.2 Metode Analisis	7
1.6 Kerangka Perancangan	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II	10
2.1 Desain Komunikasi Visual	10
2.1.1 Komunikasi Visual	10
2.1.2 Fungsi Dasar	11
2.2 Merek	12
2.2.1 Pengertian Identitas Merek	12

2.2.2 Unsur Merek	13
2.2.3 Ekuitas Merek	17
2.2.4 <i>Brand Building</i>	18
2.2.5 <i>Brand Image</i>	19
2.3 Tipografi	19
2.4 Warna.....	20
2.5 Manajemen Pemasaran	21
2.5.1 Strategi Pemasaran.....	22
2.5.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.6 Perilaku Konsumen.....	23
2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.7 Keputusan Pembelian.....	24
2.7.1 Struktur Keputusan Pembelian	25
BAB III	26
3.1 Data.....	26
3.1.1 Data Pemberi Proyek	26
3.1.2 Data Produk	27
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	28
3.1.4 Data Proyek Sejenis	29
3.1.4 Data Analisis Proyek Sejenis	32
3.1.5 Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner	33
3.2 Analisis	38
3.2.1 Analisis SWOT	38
3.3 Kesimpulan Analisis Data.....	40
3.3.1 Kesimpulan Analisis Kuesioner.....	40
3.3.2 Kesimpulan Analisis Data Proyek Sejenis.....	40
BAB IV	41
4.1 Konsep	41
4.1.1 Konsep Pesan	41
4.1.2 Konsep Kreatif.....	42
4.1.3 Konsep Media	43

4.1.4 Strategi Merek.....	45
4.1.5 Konsep Visual.....	48
4.2 Konsep Bisnis.....	53
4.2.1 Struktur Keuangan.....	53
4.2.2 Business Model Canvas.....	56
4.3 Hasil Perancangan.....	58
4.3.1 Logo.....	58
4.3.2 Kemasan.....	60
4.3.3 Menu.....	63
4.3.4 Kemasan Botol.....	65
4.3.5 Stationery Set.....	66
4.3.6 Poster.....	68
4.3.7 Seragam.....	70
4.3.8 Transportasi.....	71
4.3.9 Media Sosial.....	73
BAB V	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76