

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Perancangan	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 Perancangan	9
2.2 Kemasan	9
2.2.1 Pentingnya Kemasan untuk <i>Branding</i>	10
2.2.2 Peran <i>Packaging</i> Bagi Produk	10
2.2.3 Kategori Produk, Sifat, dan Pilihan <i>Packaging</i>	11
2.2.4 Kemasan Fleksibel Memperkuat <i>Branding</i>	11
2.2.5 Komponen Kemasan.....	12
2.3 Prinsip Dasar Kemasan.....	14
2.3.1 Tipografi	14
2.3.2 Warna.....	15
2.3.3 Struktur Fisik atau Bentuk	16

2.3.4 Ilustrasi.....	17
2.4 <i>Primary Display Panel (PDP)</i> [.....	18
2.5 Desain Komunikasi Visual	18
2.5.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	19
2.5.2 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	19
2.5.3 Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	21
2.6 Logo.....	23
2.6.1 <i>Pictorial Mark Logo</i>	24
2.7 Layout.....	24
2.8 Website	24
2.8.1 <i>Website Brand Store</i>	25
2.8.2 Media Sosial	25
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	26
3.1 Data Pemberi Proyek	26
3.1.1 Yayasan Odesa Indonesia	26
3.2 Data Produk	28
3.3 Data Khalayak Sasaran	38
3.4 Data Proyek Sejenis	39
3.5 Data Hasil Observasi	40
3.6 Data Hasil Wawancara.....	41
3.6.1 Data Hasil Wawancara Humas Yayasan Odesa Indonesia	41
3.7 Data Hasil Kuesioner	43
3.8 Analisis	44
3.8.1 Hasil Analisis Perbandingan Proyek Sejenis	44
3.8.2 Hasil Analisis SWOT.....	46
3.8.3 Hasil Analisis Matriks SWOT	47
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	49
4.1 Konsep Pesan.....	49
4.2 Konsep Kreatif.....	50
4.3 Konsep Media	51
4.3.1 Media Utama.....	51
4.3.2 Media Pendukung Utama.....	52
4.3.3 Media Pendukung	53
4.4 Konsep Komunikasi.....	55
4.4.1 AISAS	55
4.5 Konsep Visual.....	57

4.6 Konsep Bisnis	66
4.7 Hasil Perancangan.....	68
4.7.1 Media Utama.....	68
4.7.2 Media Pendukung	77
BAB V PENUTUPAN.....	84
5.1 Kesimpulan dan Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	87