

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Metode Penelitian	8
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	8
1.7.1 Metode Analisis	9
1.8 Kerangka Berpikir	11
1.9 Pembabakan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Merek	14
2.1.1 Fungsi Merek	14
2.1.2 Elemen Merek	15
2.2 Branding	16
2.2.1 Fungsi Branding	16
2.2.2 <i>Brand Strategy</i>	18
2.2.2.1 <i>Brand Positioning</i>	19
2.2.2.2 <i>Brand Identity</i>	19
2.2.2.3 <i>Brand Personality</i>	19
2.2.2.4 <i>Brand Communication</i>	20
2.2.3 <i>Brand Equity</i>	20
2.2.4 <i>Digital Branding</i>	22
2.3 Komunikasi	22

2.4 Media	23
2.5 Desain Komunikasi Visual	23
2.6 Unsur Visual	24
2.7 Prinsip Komposisi	29
2.8 Ilustrasi	31
2.9 Tipografi	32
2.10 Logo dan Logotype.....	32
2.11 <i>Layout</i>	33
2.12 <i>Copywriting</i>	34
BAB III DATA & ANALISIS	35
3.1 Data Institusi	35
3.1.1 Profil Universitas Telkom	35
3.1.2 Visi dan Misi Universitas Telkom	36
3.1.3 Sejarah	36
3.1.4 Data <i>Branding</i> Universitas Telkom	37
3.2 Data Permasalahan	40
3.3 Data Empirik.....	41
3.3.1 Data Observasi.....	41
3.3.2 Data Wawancara.....	42
3.3.3 Data Kuesioner	44
3.4 Data Khalayak Sasaran	46
3.5 Data Kompetitor	48
3.6 Analisis Data Sejenis	52
3.6.1 SWOT.....	52
3.6.2 Matriks Perbandingan.....	54
3.6.3 Matriks Perbandingan Branding	55

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	56
4.1 Konsep Perancangan.....	56
4.1.1 Tujuan Komunikasi	56
4.1.2 Pendekatan Komunikasi	56
4.1.2.1 Gaya Bahasa	57
4.2 Strategi Pesan	57
4.3 Strategi Kreatif	59
4.3.1 <i>Creative Brief</i>	60
4.4 Konsep Visual	62
4.4.1 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator	62
4.4.2 <i>Consumer Journey</i>	63
4.4.3 Gaya Visual	64
4.4.4 Tipografi	64
4.4.5 Warna	65
4.4.6 Logo.....	65
4.5 Konsep Media.....	66
4.5.1 Media Utama	69
4.5.2 Media Pendukung	70
4.6 Hasil Rancangan	72
4.6.1 Poster	72
4.6.1.1 Media Luar Ruang	75
4.6.2 Rancangan Video TVC.....	79
4.6.3 Rancangan Aplikasi	80
4.6.4 Rancangan <i>Social Media Content</i>	81
4.6.5 <i>Website</i>	83
4.6.6. Rancangan <i>Merchandise</i>	84

BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran atau Rekomendasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86