

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Ruang Lingkup.....	3
1.5. Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	4
1.6. Kerangka Penulisan	6
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	8
DASAR PEMIKIRAN.....	8
2.1. <i>Brand Identity</i>	8
2.2. <i>Brand Image</i>	9
2.2.1. Citra Merek	9
2.2.2. <i>Personal Branding</i>	9
2.3. Kemasan.....	10
2.3.1. Desain Kemasan.....	10
2.3.2. Perinsip Desain Kemasan.....	12
2.3.3. Jenis kemasan.....	12
2.3.4. Material Kemasan	13
2.4. Desain Komunikasi Visual.....	14
2.4.1. Unsur-unsur Desain.....	14
2.4.2. Komponen Desain.....	16

2.4.3.	Tipografi	19
2.5.	Layout	20
2.5.1.	Prinsip Layout	20
2.5.2.	Membuat Layout	21
2.5.3.	Elemen Layout	23
BAB III		27
DATA DAN ANALISIS MASALAH		27
3.1.	Data	27
3.1.1.	Data Instansi	27
3.1.2.	Data Produk	27
3.1.3.	Data Khalayak Sasaran	28
3.1.4.	Data Proyek Sejenis	29
3.1.5.	Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuisisioner	33
3.2.	Analisis	44
3.2.1.	Analisis Matriks	44
3.2.2.	Analisis SWOT	47
3.2.3.	Matriks SWOT	48
BAB IV		50
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		50
4.1.	Konsep	50
4.1.1.	Konsep Pesan	50
4.1.2.	Konsep Kreatif	50
4.1.3.	Konsep Media	51
4.1.4.	Konsep Komunikasi	52
4.1.5.	Konsep Visual	53
4.2.	Marketing Communication yang dipergunakan	56
4.2.1.	Konsep Bisnis	56
4.3.	Hasil Perancangan	57
4.3.1.	<i>Redesign</i> Logo	57
4.3.2.	Pemilihan Objek Visual	58
4.3.3.	Media Kreatif	60
BAB V		71
PENUTUP		71
5.1.	Kesimpulan	71

5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
DAFTAR BUKU	72
DAFTAR INTERNET	73
LAMPIRAN.....	74