

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
ABSTRAK	III
ABSTRACT	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR GAMBAR	X
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH	3
1.3. RUMUSAN MASALAH	3
1.4. RUANG LINGKUP	3
1.5. TUJUAN PERANCANGAN	4
1.6. MANFAAT PERANCANGAN	4
1.7. METODE PENGAMBILAN DATA	5
1.7.1. <i>Cara Pengumpulan Data</i>	5
1.7.2. <i>Metode Analisis</i>	6
1.8. KERANGKA PERANCANGAN	7
1.9. PEMBABAKAN BAB	8

1.9.1.	<i>Bab 1 Pendahuluan</i>	8
1.9.2.	<i>Bab 2 Landasan Teori</i>	8
1.9.3.	<i>Bab 3 Data dan Analisis</i>	8
1.9.4.	<i>Bab 4 Konsep dan Perancangan</i>	8
1.9.5.	<i>Bab 5 Penutup</i>	9
BAB II LANDASAN TEORI		10
2.1.	IDENTITAS VISUAL	10
2.2.	PENGERTIAN <i>BRANDING</i>	10
2.2.1.	<i>Visual Identity</i>	11
2.2.1.1.	Nama Brand	11
2.2.1.2.	Logo	12
2.2.1.3.	Slogan (Tagline)	14
2.3.	MEDIA PROMOSI	15
2.3.1.	<i>Media Cetak</i>	16
2.3.2.	<i>Media Online</i>	17
2.3.3.	<i>Media Luar Ruang</i>	18
2.4.	ELEMEN DESAIN GRAFIS	19
2.4.1.	<i>Tipografi</i>	19
A.	Serif	20
B.	San-Serif	20
2.4.2.	<i>Warna</i>	22
2.4.3.	<i>Layout</i>	25
2.5.	MATRIKS PERBANDINGAN	26

2.6.	ANALISIS SWOT	27
BAB III DATA DAN ANALISIS		28
3.1.	DATA PERUSAHAAN	28
3.1.1.	<i>Profil Perusahaan</i>	28
3.1.2.	<i>Sejarah Perusahaan</i>	29
3.1.3.	<i>Produk Perusahaan</i>	30
3.1.4.	<i>Data Khalayak Sasaran</i>	33
3.1.5.	<i>Data Proyek Sejenis</i>	34
3.2.	ANALISIS DATA	36
3.2.1.	<i>Analisis Observasi</i>	36
3.2.2.	<i>Analisis Khalayak Sasaran</i>	37
3.2.3.	<i>Analisis Data Wawancara</i>	37
3.2.4.	<i>Analisis Matriks Perbandingan</i>	37
3.2.5.	<i>Analisis SWOT</i>	39
BAB VI KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		44
4.1	KONSEP PESAN	44
4.1.1	<i>Big Idea</i>	44
4.2	KONSEP KREATIF	44
4.2.1	<i>Strategi Komunikasi</i>	45
4.2.2	<i>Konsep Media</i>	45
4.3	KONSEP VISUAL	45
4.3.1	<i>Tema</i>	45

4.3.2	<i>Logo</i>	47
4.3.3	<i>Tipografi</i>	47
4.3.4	<i>Warna</i>	47
4.4	HASIL RANCANGAN DESAIN	49
4.4.1.	<i>Sketsa Digital</i>	49
4.4.2.	<i>Desain Akhir</i>	52
BAB V	 KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1.	KESIMPULAN	61
5.2.	SARAN	62
DAFTAR PUSTAKA	63