

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Metode Pengumpulan Data & Analisis.....	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.5.2 Metode Analisis.....	7
1.6 Kerangka Penelitian	8
1.7 Pembabakan	9
BAB 2 LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Marketing 4.0	10
2.1.1 Pengertian Marketing 4.0.....	10
2.1.2 Pemasaran Tradisional dan Digital.....	10
2.1.3 Customer Path Marketing 4.0	14
2.2 Teori Komunikasi Pemasaran dan Promosi	15
2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2 Bauran Promosi (Promotion Mix).....	16
2.3 Teori AISAS	17
2.4 Teori Branding & Visual Brand Identity	18
2.4.1 Brand.....	18
2.4.2 Branding	19
2.4.3 Brand Identity	21

2.4.4 Visual Brand Identity	22
2.5 Teori Desain Grafis	28
2.5.1 Elemen Desain Grafis	29
2.5.2 Prinsip Desain Grafis.....	30
2.6 Kerangka Teori	33
2.7 Asumsi	34
BAB 3 DATA DAN ANALISIS	35
3.1 Data	35
3.1.1 Profil Perusahaan	35
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	35
3.1.3 Jenis Produk dan Layanan Jasa.....	35
3.1.4 Struktur Organisasi.....	36
3.1.5 Data Objek.....	36
3.1.6 Data Khalayak Sasaran.....	39
3.1.7 Data Hasil Wawancara.....	40
3.1.8 Data Hasil Kuesioner	41
3.1.9 Data Proyek Sejenis	55
3.2 Analisis Data	62
3.1.1 Analisis Data Observasi.....	62
3.1.2 Analisis Data Wawancara	68
3.1.3 Analisis Data Kuesioner	69
3.1.4 Analisis Matriks Perbandingan Visual Proyek Sejenis	70
3.3 Penarikan Kesimpulan	75
BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	76
4.1 Konsep Pesan	76
4.1.1 Unique Value Proposition	76
4.1.2 Konsep Key Messages (Pesan Utama).....	77
4.1.3 Konsep Tagline.....	77
4.2 Konsep Identitas Visual	78
4.2.1 Moodboard & Keywords.....	78
4.2.2 Brand Personality	79
4.2.3 Warna	79
4.2.4 Tipografi	79
4.2.5 Logo.....	80
4.2.6 Gambar	82

4.3 Konsep Media Promosi	83
4.3.1 Pemilihan Media Promosi	83
4.3.2 Konsep Kartu Nama	85
4.3.3 Konsep Brosur.....	85
4.3.4 Konsep Banner	85
4.3.5 Konsep Kendaraan	85
4.3.6 Konsep Website.....	85
4.3.7 Konsep Instagram.....	86
4.4 Rincian Biaya Produksi.....	87
4.5 Hasil Perancangan.....	88
4.5.1 Logo.....	88
4.5.2 Ikonografi	89
4.5.3 Supergraphic	89
4.5.4 Kartu Nama.....	90
4.5.5 Brosur (Tampak Luar).....	91
4.5.6 Brosur (Tampak Dalam)	92
4.5.7 Banner.....	93
4.5.8 Kendaraan (Mobil)	94
4.5.9 Kendaraan (Motor).....	95
4.5.10 Website.....	95
4.5.11 Instagram.....	96
BAB 5 KESIMPULAN	103
5.1 Kesimpulan	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104