

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
BAB I.....	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Ruang Lingkup.....	7
1.5 Tujuan Perancangan	8
1.6 Cara Pengumpulan dan Analisis Data.....	8
1.6.1 Kerangka Penelitian	10
1.7 Pembabakan	11
BAB II.....	12
2.1 Identitas Visual.....	12
2.1.1 Logo	14
2.1.2 Elemen Grafis	16
2.2 Pengertian Brand Awareness	22
2.2.1 Tingkatan Brand Awareness	23
2.2.2 Peranan Brand Awareness	24
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran sebuah brand	26
2.3 Pengertian Promosi	29
2.3.1 Strategi Promosi	31
2.3.2 Media Promosi	33
2.4 Pengertian Kemasan (<i>Packaging</i>).....	35
2.4.1 Strategi Packaging	36
2.5 Kerangka Teori.....	37
2.6 Asumsi.....	38
BAB III	39
3.1 Data	39
3.1.1 Data Pemberi Proyek (UMKM)	39
3.1.2 Data Jasa Atau Produk	41
3.2.3 Data Objek Yang Digarap	43
3.2.4 Data Khalayak Pasar	44

3.2.6 Data Wawancara	45
3.2 Analisis Wawancara	49
3.3 Data Hasil Kuesioner	49
3.4 Data Pesaing	60
3.5 Analisis	62
3.5.1 Hasil Analisis Data Pemberi Proyek	62
3.5.2 Hasil Analisis Data Produk	64
3.5.2 Hasil Analisis Data Observasi	66
3.5.3 Hasil Analisis Data Kuesioner	66
3.5.4 Hasil Analisis Data Usaha dan Media Sejenis	66
3.5.5 Analisis SWOT	71
3.5.6 Penarikan Kesimpulan	73
BAB IV	76
4.1 Konsep Perancangan	76
4.1.1 Konsep Pesan	76
4.1.2 Konsep Visual	77
4.1.3 Konsep Media	92
BAB V	100
4.1 Kesimpulan	100
4.2 Saran	100
LAMPIRAN	102
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian	10
Gambar 2. 2 Piramida Brand Awareness	23
Gambar 2. 3 Nilai Asosiasi Merek.....	25
Gambar 2. 4 Brand Identity Prism	27
Gambar 2. 5 AISAS Model.....	33
Gambar 3. 1 Logo UKM BPW Clean.....	40
Gambar 3. 2 Daftar Menu	42
Gambar 3. 3 Produksi Cairan Pencuci Sepatu	42
Gambar 3. 4 Media Social	43
Gambar 3. 5 Outlet BPW Clean.....	44
Gambar 3. 6 Diagram persentase jenis kelamin responden	50
Gambar 3. 7 Diagram persentase usia responden	50
Gambar 3. 8 Diagram persentase pekerjaan responden	51
Gambar 3. 9 Diagram persentase pekerjaan responden	51
Gambar 3. 10 Diagram persentase pengetahuan responden	52
Gambar 3. 11 Diagram persentase ketertarikan responden	52
Gambar 3. 12 Diagram persentase alasan responden.....	53
Gambar 3. 13 Diagram persentase alasan responden.....	53
Gambar 3. 14 Diagram media responden	54
Gambar 3. 15 Diagram ciri khas logo kepada responden	55
Gambar 3. 16 Diagram memorable logo kepada responden.....	55
Gambar 3. 17 Diagram penggambaran logo kepada responden	56
Gambar 3. 18 Diagram ketertarikan responden terhadap logo BPW Clean	57
Gambar 3. 19 Diagram media promosi kepada responden	57
Gambar 3. 20 Diagram informasi yang dibutuhkan responden	58
Gambar 3. 21 Diagram faktor yang menumbuhkan kepercayaan responden	59
Gambar 3. 22 Diagram pemilihan logo kepada responden.....	59
Gambar 4. 1 Moodboard pengayaan visual	78