

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Perancangan	4
1.6. Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.6.1. Studi Pustaka	4
1.6.2. Observasi	4
1.6.3. Wawancara	4
1.6.4. Kuesioner	5
1.7. Metode Analisis Data.....	5
1.7.1 Analisis Matrix.....	5
1.7.2 Analisis SWOT dan STP.....	5
1.8. Kerangka Penelitian	6
1.9. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Promosi	8
2.2. Media	8
2.3. Media Promosi	9
2.4. Strategi Media (A.I.S.A.S).....	10
2.5. Visual identity	10
2.5.1 Nama Merek.....	11
2.5.2 Logo	11

2.5.3. <i>Tagline/Slogan</i>	12
2.5.4. Karakter/Maskot.....	13
2.5.5 Desain Kemasan.....	13
2.6. Layout	14
2.7. ilustrasi	18
2.8. Tipografi.....	18
2.9. Warna	21
2.10. Kerangka teori.....	21
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	22
3.1. Uraian Data	22
3.1.1. Data Institusi.....	22
3.1.2. Data Produk	23
3.1.3. Data Khalayak Sasaran (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	25
3.1.4. Observasi	26
3.1.5. Wawancara	29
3.1.6. Kuesioner.....	31
3.1.7 Data pesaing Sejenis	37
3.2. Hasil Analisis Data.....	41
3.2.1 Analisis Data Wawancara	41
3.2.2 Analisis Matrix Pebandingan	41
3.1.3 Analisis SWOT	45
3.4. Penarikan Kesimpulan	47
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	49
4.1. Konsep Pesan	49
4.2 Konsep Kreatif	49
4.3 Konsep Visual	50
4.4. Konsep Media (A.I.S.A.S)	53
4.5. Rencana anggaran	54
4.6 Hasil perancangan	56
4.6.1 Logo	56
4.6.2 Maskot.....	57
4.6.3 Kemasan.....	58
4.6.4 Menu	59
4.6.5 Feeds Instagram	60

4.6.6 Instagram Story	61
4.6.7 Ecommerce.....	62
4.6.8 Instagram Filter	63
4.6.9 <i>Merch</i>	64
4.6.11 Poster.....	66
BAB V.....	67
5.1. Kesimpulan	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70