

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Metode Analisis Data	5
1.7 Kerangka Pemikiran	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II	8
DASAR PEMIKIRAN	8
2.1 Desain	8
2.2 Identitas Visual	8
2.3 Branding	9
2.3.1 Brand Awareness	10
2.3.2 Brand Identity.....	10
2.3.3 Unsur Branding	11
2.4 Logo	11
2.5 Desain Komunikasi Visual	13
2.3.1 Prinsip Desain Komunikasi Visual	14

2.3.2	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	15
BAB III.....		21
DATA DAN ANALISIS.....		21
3.1	Data Objek Penelitian.....	21
3.1.1	Profil Perusahaan	21
3.1.2	Data Produk.....	22
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	24
3.1.4	Data Wawancara	25
3.1.5	Data Observasi	25
3.1.6	Data Desain Terdahulu.....	28
3.1.7	Data Pesaing.....	31
3.1.8	Data Wawancara	39
3.1.9	Analisis Data Kuesioner.....	41
3.2	Analisis Matrik.....	47
3.3	Analisis SWOT	50
BAB IV		53
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		53
4.1	Konsep Perancangan	53
4.1.1	Konsep Pesan	53
4.1.2	Konsep Kreatif	54
4.1.3	Konsep Media	54
4.1.4	Konsep Visual	56
4.1.5	Konsep Bisnis.....	58
4.2	Hasil Perancangan	59
4.2.1	Logo	60
4.2.2	Logo Guide.....	63
4.2.3	Desain Media Utama.....	68
4.2.4	Desain Media Pendukung	74
4.2.5	Media Promosi	76
BAB V.....		79
KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		81