

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	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 Penelitian	4
1.5 Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Analisis Data	4
1.6 Kerangka Penelitian	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II	8
2.1 <i>Brand</i>	8
2.1.1 Identitas Visual	8
2.1.2 Logo	8
2.1.3 <i>Graphic Standards Manual (GSM)</i>	9
2.1.4 Tagline	10
2.2 Promosi	11
2.2.1 Media	11
2.2.2 Media Sosial	11
2.3 Desain Komunikasi Visual	12
2.3.1 Warna	12
2.3.2 Tipografi	14
2.3.3 Layout	17

2.3.4	Ilustrasi.....	18
2.3.5	Fotografi.....	21
2.4	Kerangka Teori	22
2.5	Asumsi Yang Terbentuk	22
BAB III		23
3.1	Data.....	23
3.1.1	Data Perusahaan.....	23
3.1.2	Data Produk	24
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	28
3.1.4	Data Hasil Observasi.....	29
3.1.5	Data Hasil Wawancara.....	32
3.1.6	Kuesioner	35
3.1.7	Data Usaha Sejenis.....	42
3.2	Hasil Analisis Data	46
3.2.1	Analisis Data Wawancara	46
3.2.2	Analisis Matrix Perbandingan.....	46
3.2.3	Analisis SWOT	50
3.3	Penarikan Kesimpulan	53
BAB IV		54
4.1	Konsep Pesan.....	54
4.1.1	Big Idea.....	54
4.1.2	Tujuan Pesan.....	54
4.1.3	Strategi Komunikasi.....	54
4.1.4	<i>Tagline/Slogan</i>	55
4.2	Konsep Kreatif.....	56
4.3	Konsep Visual.....	56
4.3.1	Ilustrasi.....	56
4.3.2	Tipografi	57
4.3.3	Warna.....	57
4.3.4	Layout	58
4.4	Konsep Media	58
4.5	Hasil Perancangan.....	60
4.5.1	Logo	60
4.5.2	<i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	63
4.5.3	<i>Stationery</i>	72
4.5.4	Poster.....	75

4.5.5	Buku Menu.....	76
4.5.6	<i>Signage</i>	76
4.5.7	<i>Loyalty Card</i>	77
4.5.8	<i>Merchandise</i>	78
4.5.9	Instagram.....	80
4.5.10	<i>Packaging</i>	81
4.5.11	<i>X-Banner</i>	82
BAB V		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		86