

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I .....	14
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Ruang Lingkup Permasalahan.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan .....	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II.....	9
2.1 Teori <i>Brand</i> .....	10
2.2 Teori <i>Branding</i> .....	10
2.3 Teori <i>Brand Communication</i> .....	10
2.4 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	11
2.5 Teori Pemasaran .....	13
2.5.1 Strategi Pemasaran.....	13
2.5.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	14
2.6 Teori Analisis SWOT .....	15
2.7 Teori Analisis Kompetitif ( <i>Perceptual Mapping</i> ) .....	16
2.8 Teori Media .....	17
2.8.1 Strategi Media (AISAS).....	17

2.8.2 Teori Media <i>Planning</i> .....	18
2.9 Desain Komunikasi Visual .....	20
2.9.1 Teori Desain Karakter .....	20
2.9.2 Teori Desain Ilustrasi .....	21
2.9.3 Teori Desain Warna .....	21
2.9.4 Teori Tipografi .....	24
2.9.5 Teori Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	26
2.10 Kerangka Teori .....	26
2.11 Asumsi .....	27
BAB III .....	28
3.1 Data .....	28
3.1.1 Data Pemberi Proyek .....	28
3.1.2 Data Produk Perusahaan .....	30
3.1.3 Data Khalayak Sasaran .....	33
3.1.4 Data Objek Penelitian .....	34
3.1.5 Data Observasi .....	36
3.1.6 Data Hasil Wawancara .....	46
3.1.7 Data Kuesioner .....	48
3.1.8 Data Desain Terdahulu .....	61
3.1.9 Data Pesaing Sejenis .....	64
3.2 Analisis Data .....	74
3.2.1 Analisis Data Pemberi Proyek .....	74
3.2.2 Analisis Data Objek Penelitian ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	74
3.2.3 Analisis Data Wawancara .....	75
3.2.4 Analisis Data Observasi .....	76
3.2.5 Analisis Data Kuesioner .....	76
3.2.6 Analisis Data Proyek Sejenis .....	78
3.2.7 Analisis SWOT .....	82
3.2.8 Analisis Kompetitif ( <i>Perceptual Mapping</i> ) .....	85
3.3 Kesimpulan Analisis Data .....	85
BAB IV .....	88
4.1 Konsep Perancangan .....	88
4.1.1 Konsep Pesan .....	88
4.1.2 Konsep Kreatif .....	90

4.1.3 Konsep Visual.....	90
4.1.4 Konsep Media.....	96
4.2 Hasil Perancangan .....	98
4.2.1 Desain Karakter .....	98
4.2.2 Ilustrasi.....	99
4.2.3 Media Informasi dan Komunikasi Online .....	100
4.2.4 Media Informasi dan Komunikasi Cetak.....	109
4.2.5 Kartu Nama.....	111
4.2.6 <i>Sticker &amp; Merchandise</i> .....	112
4.2.7 Kop Surat .....	113
4.2.8 <i>Instastory Instagram Template</i> .....	113
BAB V.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN .....	119