DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN I
LEMBAR PERNYATAAN II
KATA PENGANTAR III
ABSTRAK IV
ABSTRACT V
DAFTAR ISI VI
DAFTAR GAMBAR X
DAFTAR TABEL XIII
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 4
1.3. Rumusan Masalah 5
1.4. Ruang Lingkup Permasalahan 5
1.5. Tujuan Penelitian 6
1.6 Teknik Pengumpulan Data 6
a) Wawancara 6
b) Observasi 6
c) Kuesioner 7
a) Studi Pustaka 7
1.7 Metode Analisis Data 7
1.8 Kerangka Perancangan 10
1.9 Pembabakan 11
BAB I: PENDAHULUAN 11
BAB II: DASAR PEMIKIRAN 11
BAB III: PEMBERI PROYEK, ANALISIS MASALAH DAN REKOMENDASI 11
BAB IV: KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL RANCANGAN 11
BAB V: KESIMPULAN DAN PENUTUP 11
BAB II 12
LANDASAN PEMIKIRAN 12
2.1. Teori Strategi Desain 12
a. Strategy Formulation 12
b. Strategy Selection 12

c. Strategy Implementation 13
2.2. Teori Analisis Lingkungan Eksternal 13
2.2.1 PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) 13
2.2.2 Analisis Industri (*Porter's Five Forces*) 14
2.3. Teori Analisis Lingkungan Internal 15
2.3.1 Value Chain Analysis 15
2.4. Teori Analisis SWOT 16
2.5. Teori Analisis Kompetitif (*Perceptual Mapping*) 17
2.6. Teori Analisis Pasar 17
2.5.1 *Product Life Cycle* (PLC) 17
2.5.2 Analisis *Ansoff Matrix* 18
2.7. Teori Analisis Khalayak Sasaran (STP) 19
2.8. Teori Bisnis (*Porter's Generic Strategies*) 20
2.9. Teori Komunikasi Pemasaran 22
2.10. Teori Desain Komunikasi Visual 23
2.11. Elemen Desain Grafis 24
2.10.1 Tekstur 24
2.10.2 Warna 24
2.10.3 Tipografi 25
2.10.4 Layout 25
2.10.5 Ilustrasi 26
2.10.6 Fotografi 27
2.12. Kerangka Teori 28
2.13. Asumsi 29
BAB III 30
DATA ANALISIS MASALAH 30
3.1. Data 30
3.1.1. Data Pemberi Proyek 30
3.1.2. Data Khalayak Sasaran 32
3.1.3. Struktur Organisasi 33
3.1.4. Data Produk Perusahaan 33
3.1.5. Data Wawancara 38
3.1.6. Data Hasil Kuesioner 43
3.1.7. Data Desain Terdahulu 51

3.1.8. Data Pesaing Bisnis 53
A. PT. Prudential Life Assurance 53
B. PT Asuransi Allianz Utama Indonesia 58
3.2. Analisis Data 61
3.2.1. Analisis Data Khalayak Sasar 61
3.2.2. Analisis Data Wawancara 63
3.2.3. Analisis Data Kuesioner 64
3.2.4. Analisis Data Pesaing 65
A. Matriks Perbandingan Data Usaha 65
B. Matriks Perbandingan Media Promosi 66
3.3. Formulasi Strategi Desain 70
3.3.1. Strategy Formulation 70
3.3.2. Strategy Selection 76
3.4. Kesimpulan Analisis 78
BAB IV 80
KONSEP PERANCANGAN 80
4.1. Konsep Perancangan 80
4.1.1. Konsep Pesan 80
4.1.2. Konsep Kreatif 80
4.1.3. Konsep Visual 81
4.1.4. Konsep Media 84
4.1.5. Konsep Bisnis 85
4.2 Hasil Perancangan 86
4.2.1 Logo 86
4.2.2 GSM 86
4.2.3 Brosur 90
4.2.4 Perangkat Identitas 93
4.2.5 Website 96
4.2.6 Web Banner 110
BAB V 111
KESIMPULAN DAN SARAN 111
5.1. Kesimpulan 111
5.2. Saran 112
DAFTAR PUSTAKA 113

LAMPIRAN 115
UCAPAN TERIMA KASIH 126