

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR TABEL	5
BAB I.....	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Ruang Lingkup	9
1.5 Tujuan Perancangan.....	9
1.6 Metode Penelitian	10
1.6.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.6.2 Metode Analisis	11
1.7 Kerangka Penilitian.....	12
1.8 Pembabkan.....	13
BAB II.....	14
2.1 Pengertian Teori <i>Brand Identity</i>	14
2.1.1 Pengertian Teori Branding	14
2.2 Pengertian Tentang Promosi	15
2.2.1 Tujuan Promosi.....	15
2.2.2 Bauran Promosi	16
2.3 Pengertian Tentang Media Promosi	18
2.4 Pengertian Tentang Elemen Desain Grafis.....	18
2.4.1 Tipografi	18
2.4.2 Warna	19

2.4.3 Layout	21
2.5 Pengertian Tentang Logo	21
2.6 Pengertian AISAS	22
2.7 STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)	23
2.7.1 Segmenting	23
2.7.2 Targeting	24
2.7.3 Positioning	24
2.8 Kerangka Teori	25
2.9 Asumsi Teori	26
BAB III	27
3.1 Gambaran Umum Djak's Clean	27
3.2 Data Wawancara	29
3.2.1 Observasi	32
3.3 Metode STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) Segmentasi Pasar	36
3.3.1 Segmentasi Geografis	36
3.3.2 Segmentasi Demografis	36
3.3.3 Segmentasi Psikografis	36
3.3.4 Segmentasi Perilaku	36
3.4 Data Proyek Sejenis	37
3.5 Metode Matriks Perbandingan	39
3.6 Analisis Matriks Perbandingan	41
3.7 Kesimpulan Analisis	43
BAB IV	45
4.1 Konsep Perancangan	45
4.1.1 Strategi Komunikasi	45
4.2 Strategi Kreatif	46
4.3 Konsep Visual	49
4.3.1 Konsep Jenis Huruf	49
4.3.2 Konsep Layout	49
4.3.3 Konsep warna	50
4.3.4 Gaya Visual Media	51
4.4 Sketsa Perancangan dan Proses Perancangan	54
4.5 Hasil Perancangan	58

BAB V	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72