

Isi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah :.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah :.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	6
1.5 Manfaat Perancangan.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6.3 Metode Analisis.....	8
1.7 Kerangka Perencanaan.....	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II Landasan Teori.....	12
2.1 Teori.....	12
2.1.1 Produk.....	12
2.1.2 Merk/ <i>Brand</i>	13
2.1.3 <i>Brand Engagement</i>	14
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	16
2.1.5 <i>Branding</i>	22
2.1.6 Strategi <i>Branding</i>	22
2.1.7 Media Promosi.....	25
2.1.8 Promosi Periklanan.....	29

2.1.9	Kampanye/ <i>Campaign</i>	30
2.1.10	<i>Target audience</i> dan <i>Consumer insight</i>	30
2.1.11	Logo	31
2.1.11	Elemen-Elemen Dasar Desain	32
2.1.12	Warna Dalam Desain	33
2.1.13	Prinsip Dasar Desain.....	34
2.1.1	Layout	34
2.1.15	Jenis <i>Layout</i>	35
2.1.16	Fotografi.....	36
2.1.17	Videografi	37
2.1.18	Media Sosial.....	37
2.1.19	Instagram.....	39
2.1.20	Psikologi Periklanan	39
2.1.21	<i>Copywriting</i>	40
2.1.22	Tipografi (<i>font</i>).....	42
2.2	Kerangka Teori dan Asumsi.....	43
2.2.1	Kerangka Teori	43
2.2.2	Asumsi	44
BAB III Uraian Data & Hasil Survey		45
3.1	Data	45
3.1.1	Data Lembaga, Obyek, dan Pengguna.	45
3.1.2	Data Visual dan Wawancara	54
3.2	Analisis Data	67
3.2.1	Analisis Data Visual Perbandingan Media	67
3.2.2	Analisis Data Wawancara	69

3.3	Penarikan Kesimpulan Data Visual.....	70
BAB IV Konsep Perancangan.....		71
4.1	Latar Belakang Masalah dan Solusi atas Permasalahan.....	71
4.1.1	Latar Belakang Masalah.....	71
4.1.2	Solusi.....	71
4.1.3	Rencana Perancangan	72
4.2	Konsep Pesan	73
4.2.1	<i>Target audience</i> (TA)	73
4.2.2	AOI (Activies, Opinions, Interests)	74
4.2.3	<i>Big idea</i>	74
4.2.4	<i>What to say & How to say</i>	75
4.2.5	Integration of Storyline	75
4.2.6	ABCD (Strategi Komunikasi).....	76
4.3	Konsep kreatif	77
4.3.1	Logo	77
4.3.2	Strategi Komunikasi.....	78
4.3.3	Strategi media	84
4.4	Konsep Visual	87
4.4.1	Layout	87
4.4.2	Colour	89
4.4.3	<i>Font</i> /Tipografi.....	90
4.4.4	Media Placement.....	92
4.4.5	Timeline kegiatan.....	93
BAB V Konsep Perancangan.....		94
5.1	Kesimpulan	94

5.2	Batasan	95
5.2	Saran	95
Daftar Pustaka		96
Daftar Referensi		99