

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	I
HALAMAN PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	3
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.4 RUANG LINGKUP.....	4
1.5 TUJUAN PERANCANGAN.....	4
1.6 METODE PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis Data.....	5
1.7 KERANGKA PENELITIAN.....	7
1.8 PEMBABAKAN	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 IDENTITAS	9
2.1.1 Identitas Visual.....	10
2.1.2 Corporate Identity	25

2.2	PROMOSI	27
2.2.1	Promotion Mix	27
2.2.2	Media Promosi	29
2.3	PEMASARAN.....	29
2.3.1	Marketing Mix	30
2.4	STRATEGI MEDIA (AISAS)	32
2.5	BRAND.....	32
2.5.1	Branding.....	32
2.5.2	Brand Awareness	32
2.6	KERANGKA TEORI.....	35
BAB III		36
DATA DAN ANALISIS.....		36
3.1	DATA	36
3.1.1	Data Perusahaan	36
3.1.2	Data Khalayak Sasaran	39
3.1.3	Data Hasil Wawancara.....	40
3.1.4	Data Kuesioner.....	42
3.1.5	Data Kompetitor.....	53
3.2	ANALISIS DATA.....	55
3.2.1	Analisis Data Hasil Wawancara.....	55
3.2.2	Analisis Data Kuesioner.....	56
3.2.3	Analisis Matriks Perbandingan Logo.....	57
3.2.4	Analisis SWOT	59
3.2.5	Penarikan Kesimpulan Analisis	60
BAB IV		62
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		62
4.1	KONSEP.....	62
4.1.1	Konsep Pesan (Big Idea).....	62

4.1.2	Konsep Kreatif	63
4.1.3	Konsep Visual	63
4.1.4	Konsep Media	72
4.1.5	Strategi Media (AISAS).....	74
4.2	HASIL PERANCANGAN.....	75
4.2.1	Logo	75
4.2.2	Elemen Grafis.....	76
4.2.3	Desain tampilan visual pada media cetak	76
4.2.4	Desain tampilan visual pada media digital	81
BAB V.....		85
5.1	KESIMPULAN.....	85
5.2	SARAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA		87