

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	2
1.2.1. Identifikasi Masalah	2
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup.....	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6. Metode Analisis	5
1.7. Kerangka Penelitian	6
1.8. Pembabakan	7
BAB II.....	8
2.1. Identitas Visual.....	8
2.1.1. Logo.....	8
2.1.2. Gestalt Gestalt	9
2.1.3. Tahapan Membuat Logo	11
2.1.4. Kriteria Logo	12
2.1.5. Elemen-Element pembentuk Logo	14
2.2. Warna	14
2.2.1. Warna Primer	15
2.2.2. Warna Sekunder	16
2.2.3. Warna Tresier.....	16

2.3.	Tipografi.....	17
2.4.	Slogan/Tagline	19
2.5.	Media Informasi.....	20
2.5.1.	Media Sosial Online Marketing	20
2.6.	Promosi	21
2.7.	Teori Strategi Media (AISAS).....	22
2.8.	Kerangka Teori.....	23
2.9.	Asumsi	24
BAB III		25
3.1.	Data	25
3.1.1.	Data Lembaga Proyek	25
3.2.	Data Obyek Penelitian.....	27
3.2.1.	Profil Sapo Juma	27
3.2.2.	Data Obyek Sapo Juma	27
3.2.3.	Data Khalayak Sasaran.....	32
3.3.	Data visual.....	33
3.3.1.	Data Visual Obyek Penelitian	33
3.3.2.	Data Visual Obyek Sejenis.....	35
3.4.	Data Hasil Kuisoner	38
3.5.	Data Hasil Wawancara.....	42
3.6.	Analisis Data	43
3.6.1.	Analisis Data Produk.....	43
3.6.2.	Analisis SWOT.....	44
3.6.3.	Analisis Logo Obyek Sejenis	45
3.6.4.	Analisis Poster Obyek Sejenis.....	46
3.6.5.	Analisis Media Promosi Obyek Sejenis	47
3.6.6.	Analisis Data Kuisoner.....	47
3.6.7.	Analisis Data Wawancara.....	48
3.7.	Penarikan Kesimpulan	49
BAB IV		51
4.1.	Konsep Pesan	51

4.1.1.	Big Idea	51
4.1.2.	Tujuan Pesan	51
4.1.3.	Strategi Pesan	52
4.2.	Konsep Kreatif	52
4.3.	Konsep Visual	53
4.3.1.	Konsep Identitas Visual.....	53
4.3.2.	Warna	53
4.3.3.	Tipografi.....	54
4.3.4.	Layout.....	55
4.3.5.	Supergrafis.....	56
4.4.	Konsep Media	56
4.4.1.	Jenis Media.....	56
4.4.2.	AISAS	58
4.4.3.	Anggaran Biaya.....	58
4.5.	Hasil Perancangan.....	60
4.5.1.	Logo.....	60
4.5.2.	GSM	61
4.6.	Media Digital	62
4.6.1.	Penerapan pada Mockup	63
4.7.	Media Cetak	64
4.8.	Merchandise	65
BAB V.....		66
5.1.	Kesimpulan	66
5.2.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		68