

DAFTAR ISI

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN IMPLEMENTASINYA PADA MEDIA PROMOSI UKM AYAM GEPREK EYANG UTI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Rumusan Masalah.....	2
1.4. Ruang Lingkup.....	3
1.5. Tujuan Perancangan.....	3
1.6. Pengumpulan dan Analisis Data	3
1.7. Kerangka Penelitian	6
1.8. Pembabakan	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran	8
4.1.1. <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	9
4.1.2. Promosi	9
4.1.3. Desain Komunikasi Visual.....	14
4.2. Kerangka Teori	26
4.3. Asumsi	26

BAB III	28
Data dan Analisis Data.....	28
3.1. Data	28
3.1.1. Data Pemberi Proyek	28
3.1.2. Data Produk	29
3.1.3. Data Khalayak Sasaran	32
3.1.4. Data Pesaing dan Media Sejenis	32
3.1.5. Data Observasi	48
3.1.6. Data Hasil Wawancara.....	50
3.1.7. Data Hasil Kuesioner	51
3.2. Analisis Data	55
3.2.1. Analisis Pemberi Proyek.....	55
3.2.2. Analisis Data Produk	57
3.2.3. Analisis Data Khalayak Sasaran	57
3.2.4. Analisis Data Proyek Sejenis	58
3.2.5. Analisis Hasil Observasi	61
3.2.6. Hasil Analisis Wawancara	65
3.2.7. Hasil Analisis Kuesioner.....	65
3.3. Penarikan Kesimpulan	66
BAB IV	69
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	69
4.1 Konsep Perancangan.....	69
4.1.1 Konsep Pesan	69
4.1.2 Konsep Kreatif.....	69
4.1.3 Konsep Media	70
4.1.4 Konsep Visual	71
4.2 Konsep Komunikasi.....	76
4.3. Hasil Perancangan.....	77
A. Media Cetak	77
B. Media Digital.....	89