

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
LEMBAR PERNYATAAN	2
KATA PENGANTAR	3
ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
DAFTAR ISI	6
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I	16
1.1. Latar Belakang.....	16
1.2. Identifikasi Masalah	18
1.3. Rumusan Masalah.....	19
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	19
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	19
1.6. Metodologi Penelitian.....	20
1.6.1. Metode Pengumpulan Data	20
1.6.2. Metode Analisis Data.....	21
1.7. Kerangka Penelitian.....	26
1.8. Sistematika Penulisan	27
BAB II	28
2.1. Teori <i>Branding</i>	28
2.2. Teori <i>Brand Communication</i>	28
2.3. Teori <i>Visual Brand Communication</i>	29
2.4. Teori Indikator <i>Visual Brand Communication</i>	29
2.5. Teori Model <i>Brand Communication</i>	30
2.6. Teori <i>Brand Identity</i>	31
2.7. Teori Komunikasi Pemasaran	31
2.8. Teori Bentuk Komunikasi.....	31
2.9. Teori Desain Komunikasi Visual.....	32
2.9.1. Teori Ilustrasi	33
2.9.2. Teori Tipografi.....	34
2.9.3. Teori Fotografi	36
2.9.4. Teori Tata Letak.....	38
2.9.5. Teori Warna	40

2.9.6. Teori Supergrafis.....	42
2.9.7. Teori Karakter	42
2.10. Kajian Riset Terdahulu	43
2.11. Kerangka Teori	44
2.5. Asumsi	44
BAB III.....	45
3.1. Data.....	45
3.1.1. Data Pemberi Proyek	45
3.1.2. Data Bauran Pemasaran	48
3.1.3. Data Khalayak Sasaran	54
3.1.4. Data <i>Customer Journey</i>	56
3.1.5. Data Wawancara	57
3.1.6. Data Kuesioner.....	62
3.1.7. Data Observasi	65
3.1.8. Data Desain Terdahulu.....	68
3.1.9. Data Lembaga Sejenis.....	71
3.2. Analisis Data.....	80
3.2.1. Analisis Bauran Pemasaran.....	80
3.2.2. Analisis Khalayak Sasaran.....	81
3.2.3. Analisis <i>Customer Journey</i>	83
3.2.4. Analisis Hasil Wawancara	84
3.2.5. Analisis Hasil Kuesioner.....	84
3.2.6. Analisis Hasil Observasi	85
3.2.7. Analisis Data Lembaga Sejenis.....	86
3.3. Analisis Bentuk Komunikasi.....	100
3.4. Analisis Visual <i>Brand Communication</i>	100
3.5. Analisis SWOT.....	102
3.6. Kesimpulan Analisis.....	103
BAB IV	107
4.1. Konsep Perancangan.....	107
4.1.1. Konsep Pesan	107
4.1.2. Konsep Kreatif.....	108
4.1.3. Konsep Visual	109
4.1.4. Konsep Media	114
4.2. AISAS Model	116
4.3. Hasil Perancangan	117

4.3.1. Pengembangan Identitas Visual BPKP	117
4.3.2. Media Komunikasi Utama BPKP	128
4.3.3. Panduan Visual Media Sosial	139
4.3.4. Media Pendukung	140
BAB V.....	151
5.1 Kesimpulan.....	151
5.2 Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN.....	157