

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Masalah.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7 Metode Analisis Data.....	7
1.8 Kerangka Penelitian.....	8
1.9 Pembabakan	9
BAB II	10
DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Identitas Visual	10
2.1.1 Nama	10
2.1.2 Logo	12
2.1.3 <i>Tagline</i>	15
2.1.4 Warna.....	16
2.1.5 Tipografi.....	19
2.1.7 <i>Layout</i>	19
2.1.8 Fotografi.....	21
2.1.9 Ilustrasi.....	22
2.2 Teori Desain Komunikasi Visual.....	22
2.3 Graphic Standard Manual	23
2.4 Promosi.....	23
2.4.1. Tujuan Promosi.....	23

2.6 Media Promosi	24
2.7 Teori Analisis Pasar	25
2.7.1 Product Life Cycle (PLC)	25
2.7.2 Teori Ansoff Matrix	27
2.7.3 Teori SWOT	28
2.8 AISAS	29
2.9 Data Khalayak Sasaran (STP).....	30
2.9.1 Segmenting	30
2.9.2 <i>Targeting</i>	31
2.9.3 <i>Positioning</i>	32
2.10 Kerangka Teori	33
2.11 Asumsi	33
BAB III.....	35
DATA DAN ANALISIS MASALAH	35
3.1 Data	35
3.1.1 Data Pemberi Proyek	35
3.1.2 Data Perusahaan Sejenis	39
3.1.3 Data Wawancara	45
3.1.4 Data Kuesioner.....	49
3.1.5 Data Khalayak Sasaran	59
3.1.6 Data Observasi	60
3.2 Analisis Data	62
3.2.1 Analisis Data Pemberi Proyek	62
3.2.2 Analisis Data Perusahaan Sejenis	67
3.2.3 Analisis Data Wawancara	72
3.2.4 Analisis Data Kuesioner.....	73
3.2.5 Analisis Data Khalayak Sasaran	73
3.2.6 Analisis Data Observasi	73
3.3 <i>Product Life Cycle</i>	74
3.4 <i>Ansoff Matrix</i>	74
3.5 Penarikan Kesimpulan	75
BAB IV.....	76
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	76
4.1 Konsep Perancangan	76
4.1.1 Konsep Pesan	76

4.1.2	Konsep Kreatif.....	78
4.2.3	Konsep Visual.....	79
4.2	Hasil Perancangan.....	81
4.2.1	Logo Awal	81
4.2.2	Proses Perancangan Logo	81
4.2.3	Media Promosi	85
4.2.4	Media Pendukung	93
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	100