

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	2
LEMBAR PERNYATAAN.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR LAMPIRAN.....	11
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan.....	2
1.8.1. Identifikasi Masalah.....	2
1.8.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Ruang Lingkup.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.2. Wawancara.....	4
1.5.3. Kuesioner.....	4
1.5.4. Studi Pustaka.....	4
1.6. Metode Analisis Data.....	4
1.7. Kerangka Penelitian.....	6
1.8. Pembabakan.....	6
1.8.1. BAB I Pendahuluan.....	6
1.8.2. BAB II Landasan Teori.....	7
1.8.3. BAB III Data dan Analisis Data.....	7
1.8.5. BAB V Penutup.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Branding.....	8
2.1.1. Proses Branding.....	8
2.1.2. Merek.....	10
2.1.3. Brand Strategy.....	11
2.1.4. Brand Identity.....	11
2.1.5. Collateral.....	11
2.2. Identitas Visual.....	12
2.2.1. Desain Vernakular.....	12

2.3. Logo.....	13
2.3.1. Tahapan Mendesain Logo.....	14
2.4. Tipografi.....	14
2.4.1. Tipografi Vernakular.....	15
2.5. Layout.....	16
2.5.1. Teori Grid.....	16
2.6. Warna.....	17
2.7. Kerangka Teori.....	19
2.8. Asumsi.....	20
BAB III.....	22
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	22
3.1. Data.....	22
A. Data Institusi Pemberi Proyek.....	22
B. Data Produk.....	22
C. Data Khalayak Sasaran.....	24
D. Data Visual Produk Sejenis.....	24
E. Data Hasil Wawancara.....	27
3.2. Analisis Matriks Sejenis.....	31
3.3. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	32
3.4. Penarikan Kesimpulan.....	36
BAB IV.....	39
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	39
4.1. Konsep.....	39
A. Konsep Pesan.....	39
B. Konsep Kreatif.....	41
C. Konsep Media.....	42
4.2. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	45
4.3. Konsep Visual.....	46
4.4. Hasil Perancangan.....	47
BAB V.....	54
PENUTUP.....	55
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58