

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.5.1 Observasi.....	5
1.5.2 Wawancara .....	5
1.5.3 Kuesioner .....	5
1.5.4 Studi Pustaka.....	5
1.6 Metode Analisis Data.....	6
1.6.1 Analisis Deskriptif .....	6
1.6.2 Analisis SWOT .....	6
1.6.3 Analisis Matriks Perbandingan .....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan .....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>9</b>
2.1 <i>Branding</i> .....	9
2.1.1 Pengertian <i>branding</i> .....	9

2.1.2	Tujuan <i>branding</i> .....	9
2.1.3	Unsur-unsur <i>branding</i> .....	9
2.2	<i>Rebranding</i> .....	13
2.2.1	Pengertian <i>rebranding</i> .....	13
2.2.2	Alasan perlunya <i>rebranding</i> .....	13
2.3	Desain Komunikasi Visual .....	14
2.3.1	Unsur Desain Komunikasi Visual .....	14
2.3.2	Komposisi .....	18
2.4	Tipografi .....	20
2.5	<i>Layout</i> .....	24
2.6	Fotografi Produk .....	27
2.7	Kerangka Teori .....	27
2.9	Asumsi .....	28
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS .....</b>		<b>29</b>
3.1	Data .....	29
3.1.1	Data Profil Perusahaan .....	29
3.1.2	Data Produk .....	31
3.1.3	Data Khalayak Sasaran .....	32
3.1.4	Data Observasi .....	33
3.1.5	Data Visual Terdahulu .....	35
3.1.6	Data Pesaing .....	37
3.1.7	Data Wawancara .....	42
3.1.8	Data Kuesioner .....	46
3.2	Analisis Data .....	57
3.2.1	Analisis Data Perusahaan .....	57
3.2.2	Analisis Data Wawancara .....	58
3.2.3	Analisis Data Kuesioner .....	58
3.2.4	Analisis SWOT .....	59
3.2.5	Analisis Matriks Perbandingan .....	62
3.2.6	Penarikan Kesimpulan .....	66
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN .....</b>		<b>69</b>
4.1	Konsep Pesan .....	69

4.1.1	<i>Big Idea</i> .....	69
4.1.2	Tujuan Komunikasi .....	69
4.2	Konsep Kreatif .....	70
4.3	Konsep Visual .....	70
4.4	Konsep Komunikasi .....	73
4.5	Konsep Bisnis .....	75
4.6	Proses Perancangan .....	78
4.7	Konsep Media .....	80
4.7.1	Media Utama .....	80
4.7.2	Media Pendukung .....	80
4.8	Hasil Perancangan .....	81
4.8.1	Logo .....	81
4.8.2	<i>Graphic Standard Manual (GSM)</i> .....	82
4.8.3	Kemasan .....	84
4.8.4	Instagram .....	85
4.8.5	<i>Website</i> .....	86
4.8.6	<i>X-Banner</i> .....	87
4.8.7	Poster .....	88
4.8.8	Talenan .....	89
4.8.9	<i>Rolling Pin</i> .....	89
4.8.10	Piring .....	90
4.8.11	Kotak Tisu .....	90
4.8.12	<i>Apron</i> .....	91
4.8.13	<i>Business Card</i> .....	91
4.8.14	<i>Merchandise</i> .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>96</b>
5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>100</b>