

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Ruang Lingkup.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	8
1.7. Metode Analisis Data.....	10
1.8. Kerangka Penelitian.....	11
1.9. Pembabakan	12
BAB II DASAR PEMIKIRAN	14
2.1. Komunikasi	14
2.2. Brand Communication.....	15
2.2.1. Pengertian Brand Communication.....	15
2.2.2. Visual Brand Communication	16
2.3. Citra.....	17
2.4. Fotografi.....	18
2.5. Warna	18
2.5.1. Warna Aegean	19
2.5.2. Warna Asparagus.....	20
2.5.3. Warna Shadow Lime	21
2.6. Tipografi	21
2.7. Layout	22
2.8. S-M-C-R	22

2.9. Kerangka Teori	23
2.10. Asumsi.....	23
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA	25
3.1. Data	25
3.1.1. Data Pemberi Proyek	25
3.1.2. Data Hasil Observasi	30
3.1.3. Data Hasil Wawancara	31
3.1.4. Data Proyek Sejenis.....	36
3.2. Analisis Data	39
3.2.1. Analisi Data Pemberi Proyek	39
3.2.2. Analisi Data Khalayak Sasaran	40
3.2.3. Analisi Data Observasi	40
3.2.4. Analisis Data Wawancara.....	40
3.2.5. Analisis SWOT.....	41
3.3. Analisi Data Proyek Sejenis.....	42
3.3.1. Matriks Perbandingan.....	42
3.4. Kesimpulan Analisis	47
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	49
4.1. Konsep Pesan	49
4.2. Konsep Kreatif.....	49
4.3. Konsep Visual.....	49
4.3.1. Moodboard.....	50
4.3.2. Warna.....	51
4.3.3. Tipografi	52
4.3.4. Layout	53
4.4. Konsep Media	53
4.5. Hasil Perancangan.....	54
4.5.1. Perancangan Logo	54
4.6. Media Promosi Brosur	56
4.7. Media Promosi <i>Mock Up</i>	57
4.8. Media Promosi Buku	57
4.9. Media Promosi x Banner	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60

5.1. Simpulan	60
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62