

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN FORMULASI STRATEGI DESAIN DAN PERANCANGAN VISUALISASI UNTUK AR BEAUTY SALON.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	6
1.5.1 Cara Pengumpulan Data .....	6
1.5.2 Analisis Data .....	7
1.6 Kerangka Penelitian .....	8
1.7 Pembabakan .....	8
BAB II .....	11

<b>2.1</b>	<b>Teori Strategi Desain</b> .....	11
<b>2.2</b>	<b>Teori Lingkungan Eksternal</b> .....	13
	<b>2.2.1 PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi)</b> .....	13
	<b>2.2.2 Porter 5's Forces</b> .....	16
<b>2.3</b>	<b>Teori Lingkungan Internal</b> .....	18
<b>2.4</b>	<b>Analisis SWOT</b> .....	21
<b>2.5</b>	<b>Teori Analisis Kompetitif (<i>Perceptual Mapping</i>)</b> .....	23
<b>2.6</b>	<b>Teori analisis Pasar</b> .....	24
	<b>2.6.1 PLC (<i>Product Life Cycle</i>)</b> .....	24
	<b>2.6.2 Ansoff Matrix</b> .....	27
<b>2.7</b>	<b>Teori Analisis Khalayak Pasar</b> .....	28
<b>2.8</b>	<b>Teori Matriks Perbandingan</b> .....	28
<b>2.9</b>	<b>Teori Desain Audit</b> .....	29
<b>2.10</b>	<b>Teori Strategi Bisnis (<i>Porter's Generic Strategies</i>)</b> .....	29
<b>2.11</b>	<b>Identitas Visual</b> .....	31
	<b>2.11.1 Logo</b> .....	31
	<b>2.11.2 Tagline</b> .....	33
	<b>2.11.2 Signage</b> .....	33
<b>2.12</b>	<b>Teori Desain Komunikasi Visual</b> .....	34
	<b>2.12.1 Teori Tipografi</b> .....	34
	<b>2.12.2 Teori Layout</b> .....	37
	<b>2.12.3 Teori Warna</b> .....	39
	<b>2.12.4 Teori Fotografi</b> .....	41
<b>2.13</b>	<b>Kerangka Teori</b> .....	42
<b>2.13</b>	<b>Asumsi</b> .....	43

<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1 Data .....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.1 Data Pemberi Proyek .....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.2 Data Khalayak Sasaran .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1.3 Data Wawancara .....</b>	<b>48</b>
<b>3.1.4 Data Desain Terdahulu .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.5 Data Pesaing.....</b>	<b>58</b>
<b>3.1.6 Data Studi Dokumentasi .....</b>	<b>66</b>
<b>3.2 Analisis Data.....</b>	<b>68</b>
<b>3.2.1 Analisis Data Khalayak Sasaran.....</b>	<b>68</b>
<b>3.2.2 Analisis Data Wawancara.....</b>	<b>70</b>
<b>3.2.4 Analisis Data Proyek Sejenis .....</b>	<b>71</b>
<b>3.3 Formulasi Strategi Desain .....</b>	<b>76</b>
<b>3.3.1 Strategy Formulation .....</b>	<b>76</b>
<b>3.3.2 Strategy Selection .....</b>	<b>90</b>
<b>3.4 Kesimpulan Analisis .....</b>	<b>91</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>98</b>
<b>4.1 Konsep Pesan.....</b>	<b>98</b>
<b>4.1.1 Ide Besar .....</b>	<b>98</b>
<b>4.1.2 Tujuan Komunikasi.....</b>	<b>99</b>
<b>4.1.3 Tujuan Pesan .....</b>	<b>100</b>
<b>4.1.4 Konsep Kreatif.....</b>	<b>103</b>
<b>4.1.5 Penggayaan Visual.....</b>	<b>104</b>
<b>4.1.6 Konsep Media .....</b>	<b>108</b>
<b>4.1.7 Konsep Bisnis .....</b>	<b>113</b>

<b>4.2 Hasil Perancangan .....</b>	<b>115</b>
<b>4.2.1 Logo .....</b>	<b>115</b>
<b>4.2.2 Supergraphic.....</b>	<b>118</b>
<b>4.2.3 Perangkat Identitas .....</b>	<b>119</b>
<b>4.2.4 Signage.....</b>	<b>122</b>
<b>4.2.5 Media Promosi Cetak.....</b>	<b>123</b>
<b>4.2.6 Media Promosi Digital .....</b>	<b>129</b>
<b>4.2.7 Media Pendukung.....</b>	<b>131</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>134</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>134</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>134</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>139</b>
<b>DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PEMILIK SALON.....</b>	<b>139</b>
<b>DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PELANGGAN SALON .....</b>	<b>140</b>