DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL & MEDIA PROMOSI "PAAZ COOKIES" ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah **1**
1.2 Permasalahan **3**
1.2.1 Identifikasi Masalah **3**
1.2.2 Rumusan Masalah **3**
1.3 Ruang Lingkup **3**
1.4 Tujuan Penelitian **4**
1.5 Metode Pengumpulan Data **4**
1.6 Metode Analisis Data **6**
1.6.1 Analisis SWOT **6**
1.6.2 Analisis Matriks Perbandingan **6**
1.7 Kerangka Penelitian **7**
1.8 Pembabakan **8**
BAB II LANDASAN TEORI **9**
2.1 Identitas Visual **9**
2.1.1 Logo **9**
2.1.2 Tagline **11**
2.1.3 Label **11**
2.1.4 Kemasan/Packaging **12**

2.2 Desain Komunikasi Visual 13
2.2.1 Elemen Desain 13
2.3 Promosi 22
2.3.1 Penjabaran Promosi 22
2.3.2 Media promosi 24
2.3.3 Tujuan promosi 25
2.4 Pemasaran 25
2.4.1 Penjabaran promosi 25
2.4.2 Strategi pemasaran 26
2.5 Kerangka Teori 29
2.6 Asumsi 30
BAB III DATA DAN ANALISIS 31
3.1 Data 31
3.1.1 Data profil perusahaan 31
3.1.2 Data produk 32
3.1.3 Data Khalayak Sasar 34
3.1.4 Data Observasi 35
3.1.5 Data Visual Terdahulu 35
3.1.6 Data Pesaing 38
3.1.7 Data Wawancara 43
3.2 Analisis data dan penarikan kesimpulan 50
3.2.1 Analisis Data Perusahaan 50
3.2.2 Analisis data observasi visual 52
3.2.3 Analisis data wawancara 53
3.2.4 Analisis data kuesioner 54
3.2.5 Analisis Matriks Perbandingan 54
3.2.6 Analisis SWOT 58
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN 62
4.1 Konsep Pesan 62
4.1.1 Big Idea 62
4.1.2 Tujuan Pesan 62
4.2 Konsep Kreatif 63

4.3 Konsep Visual 63
4.3.1 Warna 64
4.3.2 Tipografi 65
4.3.3 Elemen Visual 66
4.3.4 Tata Letak 67
4.3.5 Ilustrasi 68
4.4 Proses Perancangan 69
4.5 Hasil Perancangan 71
4.5.1 Identitas visual 71
4.5.2 Elemen Visual 74
4.5.3 Media Pendukung 75
4.5.4 Media Promosi 81
BAB V PENUTUP 83
5.1 Kesimpulan 83
5.2 Saran 83
DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN 87