

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
 BAB PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Rumusan Masalah.....	3
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	3
1.5. Tujuan Penelitian	3
1.6. Batasan Masalah	3
1.7. Ruang Lingkup Perancangan	3
1.8. Manfaat Penelitian	4
1.9. Sistematika Penulisan Laporan.....	4
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Kemasan.....	8

2.2.2.	PR Package	16
2.2.3.	<i>Brand Activation</i>	17
2.2.4.	<i>Brand Strategy</i>	17
2.2.5.	Media Promosi	18
2.2.6.	<i>Branding</i>	20
2.2.7.	Perilaku Konsumen	20
2.2.8.	<i>Brand Identity</i>	20
2.2.9.	Kajian Lapangan	23

BAB III METODE PENELITIANs

3.1.	Rancangan Penelitian.....	27
3.2.	Metode Penelitian	27
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1.	Observasi.....	28
3.3.2.	Wawancara Terstruktur.....	29
3.3.3.	Kuesioner	29
3.4.	Teknik Pengolahan Data	30
3.5.	Metode Perancangan.....	31
3.6.	Proses Perancangan.....	32
3.6.1.	Proses Perancangan Desain Dengan <i>User Centered Design</i>	32
3.6.2.	Tahapan Proses Perancangan	33
3.7.	Metode Validasi	35
3.7.1.	Validasi Perancangan	35
3.7.2.	Aspek Perancangan	36

BAB IV PEMBAHASAN

4.1.	Proses Perancangan.....	37
------	-------------------------	----

4.2.	Konsep Umum	37
4.3.	Aspek Desain	38
4.3.1.	Studi Kebutuhan.....	38
4.3.2.	Analisis User	39
4.3.3.	Analisis Material	41
4.3.4.	<i>Term of Reference (ToR)</i>	43
4.4.	Pengaplikasian User Centered Design (UCD).....	44
4.5.	Konsep Perancangan.....	45
4.5.1.	<i>Brainstorming</i>	45
4.5.2.	<i>Mindmap</i>	46
4.5.3.	<i>Moodboard</i>	47
4.5.4.	Sketsa Alternatif.....	48
4.5.5.	Sketsa Final	50
4.5.6.	Gambar Teknik.....	52
4.5.7.	Prototype	55
4.5.8.	Final Produk.....	61
4.5.9.	Hasil Validasi	61
4.5.10.	RAB (Rancangan Anggaran Biaya)	63
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	64
5.2.	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN.....		67