

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.6 Batasan Masalah.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	
LANDASAN TEORITIS.....	6
2.1 Brand.....	6
2.1.1 Brand Identity.....	6
2.1.2 Brand Image.....	7
2.1.3 Brand Equity.....	7
2.2 Inovasi Radikal.....	8
2.3 Inovasi Tambahan.....	8
2.4 Identitas Visual.....	9
2.4.1 Logo.....	9
2.4.2 Warna.....	9
2.4.3 Tipografi.....	10
BAB III	
ANALISIS DATA.....	11
3.1 Data Produk.....	11
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	11
3.3 Data Proyek Sejenis.....	12
3.3.1 Sejauh Mata Memandang.....	12
3.3.2 Damn! I Love Indonesia.....	14

3.3.3	Dagadu.....	15
3.3.2	Analisis Matriks Proyek Sejenis.....	17
3.4	Wawancara.....	19
3.4.1	Wawancara dengan Satria Adiartha Dharma.....	19
3.4.2	Wawancara dengan Muhammad Naufan.....	20
3.4.3	Wawancara dengan Naufal Budiman Yusuf.....	21
3.4.4	Analisis Hasil Wawancara.....	22
3.5	Data Kuesioner.....	23
3.6	Analisis SWOT.....	30
3.7	Analisis SCAMPER.....	31
3.8	Analisis Velcro.....	32
BAB IV		
KONSEP & HASIL PERANCANGAN.....		33
4.1	Konsep Pesan.....	33
4.2	Konsep Kreatif.....	34
4.3	Konsep Media.....	35
4.3.1	Media Pendukung.....	36
4.4	Konsep Marketing.....	40
4.5	Konsep Visual.....	41
4.5.1	Warna.....	41
4.5.2	Tipografi.....	42
4.6	Hasil Perancangan.....	43
4.6.1	Brand Guidelines - Media Utama.....	44
4.6.2	Media Pendukung.....	53
BAB V		
KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59