

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penulisan	3
1.4. Batasan Perancangan.....	3
1.5. Manfaat Penulisan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Referensi Perancangan	5
2.1.1. Jurnal dengan judul “Perancangan Identitas Visual Objek Wisata Guci Kabupaten Tegal Untuk Meningkatkan <i>Brand Recall</i> ”	5
2.1.2. Penelitian dengan judul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN SIGN SYSTEM OBJEK WISATA LADAYA TENGGARONG”	6
2.1.3. Penelitian dengan judul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK PROMOSI PARIWISATA KABUPATEN REMBANG”	8
2.1.4. Penelitian dengan judul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK WISATA PANTAI MANGROVE DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI”	10
2.2 Referensi Karya.....	11
2.3 Kajian Teori	14
2.3.1. Brand dan Branding	14
2.2.1 Identitas Visual.....	15
A. Logo	16
B. Maskot.....	16
C. <i>Tagline</i>	17
2.2.2 Unsur Visual.....	17
A. <i>Layout</i>	17
B. Tipografi.....	18

C. Warna	18
D. Ilustrasi	18
E. <i>Brand Awarness</i>	19
2.2.3 Promosi dan Media Promosi	19
A. Media Cetak	20
B. Media Online	21
BAB III METODOLOGI PENULISAN.....	23
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.2 Analisis <i>SWOT</i>	27
3.3 Unique Selling Proposition	30
3.4 Target Audien	31
3.5 Kerangka Penelitian	32
BAB IV KONSEP PERANCANGAN KARYA	33
4.1 IDE DASAR PERANCANGAN	33
4.2 KONSEP PERANCANGAN	34
4.2.1 Target Market.....	34
4.2.2 Brainstorming.....	34
4.2.3 Kata Kunci	35
4.2.4 Studi Visual.....	35
4.2.5 Sketsa Logo.....	35
4.2.6 Studi Tipografi	36
4.2.7 Alternatif Logo.....	36
4.2.7 Final Logo	37
4.2.8 Konsep & Makna logo	37
4.2.9 <i>Tagline</i>	38
4.2.10 <i>Brand Guideline</i>	38
4.3 Media.....	39
4.3.1 Media Pendukung	39
4.3.2 Strategi Media	40
4.4 PRODUKSI.....	41
BAB V VISUALISASI.....	42

5.1. Media Utama	42
5.1.1. Graphic Standart Manual	42
5.2. Media Pendukung	49
5.2.1. Sticker	49
5.2.2. Apparel.....	49
A. Slayer.....	49
B. Sarung Tangan.....	49
C. Topi	50
5.2.3. Merchandise	50
A. Thermos Gunung.....	50
B. Gantungan Kunci.....	50
C. Gerbang Masuk	50
BAB VI PENUTUP	51
6. 1. Kesimpulan	51
6. 2. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Mind Map dalam Brain Storming	35
Gambar 2: Sketsa Logo Gunung Payung Camp Area.....	36
Gambar 3: Alternatif Logo Gunung Payung Camp Area.....	37
Gambar 4: Logo Final dari Gunung Payung Camp Area.....	37