

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR TABEL	6
BAB I	7
PENDAHULUAN.....	7
1.1 Latar Belakang.....	7
1.2 Permasalahan	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup	9
1.4 Tujuan Perancangan.....	9
1.5 Metode Penelitian	10
1.5.1 Metode Pengambilan Data	10
1.5.2 Metode Analisis Data	11
1.6 Kerangka Penelitian.....	12
1.7 Pembabakan.....	13
BAB II.....	14
DASAR PEMIKIRAN	14
2.1 Teori Brand	14
2.2 Teori Brand Komunikasi.....	14
2.3 Teori SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats.....)	14
2.4 Tujuan Komunikasi.....	15
2.5 Strategi Media AISAS (Attention, Interest, Search, Action)	15
2.6 Teori STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	16
2.7 Teori Desain Komunikasi Visual	17
2.1.1 Teori Warna	18
2.6.2 Teori Tipografi	21
2.6.3 Teori Layout (Tata Letak)	25
2.8 Teori Pendukung Lainya	29

2.1.2	Teori Karakteristik Lingkungan Kerja Pelaku Design	29
2.1.3	Teori Hubungan Desain dan Ilmu Managerial	30
2.1.4	Teori Penggunaan Media Sosial Instagram.....	30
DATA DAN ANALISIS DATA	31	
3.1	Data	31
3.1.1	Data Pemberi Proyek	31
3.2	Data Khalayak Sasaran	34
3.2.1	Segmenting.....	34
3.2.2	Targeting	35
3.2.3	Positioning	36
3.3	Data Wawancara	36
3.4	Data Kuisioner	38
3.4.1	Data Responden	38
3.4.2	Pertanyaan Umum.....	40
3.4.3	Pertanyaan Mengenai Awareness	43
3.4.4	Kesimpulan data hasil kuisioner	46
3.5	Analisis Khalayak Sasar	46
3.5.1	Customer journey:	46
3.6	Value Proposition.....	47
3.7	Analisis SWOT	48
3.7.1	Strength	48
3.7.2	Weakness.....	48
3.7.3	Opportunity	48
3.7.4	Threat	48
3.8	Analisis Desain Terdahulu	49
3.9	Analisis Data Pesaing	52
3.9.1	STAI As-Sunnah.....	52
3.9.2	STAI Ali Bin Abi Thalib	55
3.9.3	Matriks Perbandingan	58
3.10	Kesimpulan Analisis Data.....	62
BAB IV	63	

KONSEP DAN PERANCANGAN	63
4.1 Input	63
4.1.1 Big Idea	63
4.2 Proses (Analisis dan Sintesis)	63
4.2.1 Tujuan Komunikasi	63
4.2.2 AISAS	65
4.3 Brainstorming	68
4.4 Konsep Visual	68
4.4.1.1 Penggayaan Visual	69
4.4.1.2 Konsep Warna	69
4.4.1.3 Konsep Tipografi	70
4.4.1.4 Konsep Tata Letak	71
4.4.1.5 Supergrafis	72
4.5 Konsep Media	73
4.5.1.1 Media Digital	73
4.5.1.2 Media Cetak	74
4.6 Konsep Bisnis	75
4.7 Output atau Hasil Perancangan	76
4.7.1 Media Digital	76
4.7.2 Media Cetak	81
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Simpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83