

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.3.1 Apa.....	4
1.3.2 Siapa	4
1.3.3 Kapan	4
1.3.4 Dimana	4
1.3.5 Mengapa.....	4
1.3.6 Bagaimana	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian.....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5

1.5.2	Metode Analisis Data	6
1.6	Kerangka Penelitian.....	8
1.7	Pembabakan	9
BAB II		10
LANDASAN TEORI.....		10
2.1	Strategi Desain.....	10
2.2	Brand Communication	11
2.3	Teori Analisis Lingkungan Internal	19
2.4	Teori Analisis Lingkungan Eksternal	22
2.4.1	Analisis Makro PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi)	23
2.3.2	Analisis Industri (<i>Porter's 5 Forces</i>).....	24
2.5	Analisis <i>SWOT</i>	25
2.6	Teori Analisis Kompetitif (<i>Perceptual Mapping</i>)	26
2.7	Teori Analisis Pasar	27
2.7.1	<i>Product Life Cycle (PLC)</i>	27
2.7.2	Analisis <i>Ansoff Matrix</i>	28
2.8	Teori Analisis Khalayak Sasaran (STP)	30
2.8.1	Segmentasi (<i>Segmenting</i>)	30
2.8.2	<i>Targeting</i>	31
2.8.3	<i>Positioning</i>	31
2.9	Teori Matrix Perbandingan	31
2.10	Teori Desain Audit	31
2.11	Kerangka Teori	32
BAB III.....		33
DATA DAN ANALISIS DATA		33

3.1	Data.....	33
3.1.1	Data Pemberi Proyek.....	33
3.1.2	Data Produk Perusahaan	34
3.1.3	Data Khalayak Sasar	35
3.1.4	Data Desain Terdahulu.....	36
3.1.5	Data Hasil Wawancara	39
3.1.6	Data Pesaing Sejenis	48
3.2	Analisis Data	54
3.2.1	Analisis Data Objek Penelitian	54
3.2.2	Analisis Data Khalayak Sasaran.....	54
3.2.3	Analisis Data Wawancara	54
3.2.4	Analisis Data Pesaing.....	57
3.3	Formulasi Strategi Desain	58
3.3.1	Strategy Formulation.....	58
3.3.2	Strategy Selection	64
3.4	Kesimpulan Hasil Analisis.....	66
3.4.1	Kesimpulan Analisis Data	66
3.4.2	Kesimpulan Analisis Strategi Desain	67
BAB IV		68
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		68
4.1	Konsep Perancangan.....	68
4.1.1	Konsep Pesan	68
4.1.2	Konsep Kreatif	69
4.1.3	Konsep Visual.....	70
4.1.4	Konsep Media	72
4.1.5	Konsep Bisnis.....	75

4.2	Hasil Perancangan.....	76
4.2.1	Logo	76
4.2.2	Sistem Desain	79
4.2.3	Media Identitas.....	80
4.2.4	Brand Communication	83
4.2.5	Media Pendukung	85
BAB V		87
KESIMPULAN.....		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		89