

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENETAPAN PENGUJI	iii
Lembar Pernyataan.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II....	5
TINJAUAN PUSAKA	5
2.1 Studi Pustaka	5
2.1.1 Penelitian berjudul “PERANCANGAN STRATEGI <i>BRANDING</i> “TAHU MIRASA CONGGEANG” DI SUMEDANG”	5
2.1.2 Penelitian Berjudul”STRATEGI PEMASARAN PENGUSAHA TAHU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN ANTAR	

PENGUSAHA (STUDI PADA INDUSTRI TAHU DESA KALISARI, CILONGOK, BANYUMAS)”	6
2.1.3 Jurnal Berjudul “PERANCANGAN <i>BRANDING</i> DJADJANAN DJADOEL SEMARANG "BENDINTEN"”	6
2.2 Referensi Karya	7
2.2.1. Referensi <i>Branding</i> dari “Grilz <i>Branding</i> ”	8
2.2.2 Referensi Desain Brand “Onion Burger Brand Packaging and Visual Identity”	9
2.2.3 Referensi <i>Branding</i> “ <i>Branding</i> Kerupuk Ampas Tahu Bapak Suwardi Desa Kalisari Banyumas Sebagai Media Promosi ”	10
2.3 Studi Literatur	11
2.3.1 Desain Komunikasi Visual	11
2.3.2 <i>Branding</i>	12
2.3.3 Brand Awareness	12
2.4 Dasar Teori	13
2.4.1 Ikon	13
2.4.2 Slogan atau Tagline	13
2.4.3 Warna (Color)	14
2.4.4 Tipografi	14
2.4.5 Layout	15
2.4.6 Copywritting	15
2.4.7 Supergraphic	16
 BAB III ..	17
METODE PENELITIAN	17
3.1 Metode Penelitian	17
3.1.1 Jenis Penelitian	17

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian	17
3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	18
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data	18
3.1.5 Metode Analisis Data	20
3.2 Identifikasi Data	21
3.2.1 Profil Perusahaan.....	21
3.2.2 Sejarah Perusahaan.....	21
3.2.3 Data Visual	22
3.2.4 Hasil Wawancara	27
3.2.5 Hasil Observasi	28
3.2.7 Studi Kompetitor	30
3.2.8 ANALISA SWOT	39
3.2.7 Unique Selling Point	40
3.2.8 Positioning.....	40
3.2.9 Kerangka Penelitian	41
3.2.10 Jadwal Kegiatan	42
BAB IV ..43	
KONSEP PERANCANGAN	43
4.1 Ide Dasar Perancangan	43
4.2 Creative Brief	43
4.2.1 What To Say	43
4.2.2 How To Say	48
4.3 USP, ESP, Positioning, dan Customer Journey.....	55
4.3.1 USP (Unique Selling Point)	55
4.3.2 ESP (Emotional Selling Point).....	55

4.3.3 Positioning.....	56
4.3.4 Costumer Journey.....	56
4.4 Media Utama dan Pendukung.....	56
4.4.1 Media utama.....	56
4.4.2 Media Pendukung.....	57
4.5 Strategi Media.....	59
4.5.1 Strategi Media Utama.....	59
4.5.2 Strategi Media Pendukung	60
BAB V....64	
VISUAL KARYA.....	64
5.1 Tagline	64
5.2 Logo dan Makna Logo Tahu Kalisari	65
5.3 Media Utama	66
5.3.1 <i>Brand Guideline</i>	66
5.2. Media Pendukung	74
5.2.1. Instagram.....	74
5.2.2. Kemasan Premium	75
5.2.2. Kemasan Biasa	76
5.2.4 Nota	77
5.2.5 Stempel.....	78
5.2.6 Voucher.....	79
5.2.7 Baju	80
5.2.8 Poster.....	81
5.2.9 Facebook	82
5.2.10 Apron.....	83

BAB VI ..	84
KESIMPULAN	84
6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86