

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Cara Pengumpulan Data	6
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Teori <i>Corporate Identity</i>	11
2.1.1 Fungsi <i>Corporate Identity</i>	13
2.1.2 Aplikasi <i>Corporate Identity</i>	14
2.2 <i>Company Profile</i>	16
2.2.1 Fungsi <i>Company Profile</i>	16
2.2.2 Isi <i>Company Profile</i>	17
2.2.3 Fungsi media pada <i>Company Profile</i>	19
2.3 Teori Media	19
2.3.1 <i>Website</i>	19

2.3.2 <i>E-book</i>	22
2.4 Teori Komunikasi.....	23
2.4.1 Bagian dari Komunikasi.....	24
2.4.2 Tujuan Komunikasi.....	25
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	25
2.5.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	26
2.5.2 Prinsip Desain.....	27
2.5.3 Unsur Desain.....	30
2.5.4 Logo.....	33
2.5.5 Tipografi.....	38
2.5.6 <i>Layout</i>	43
2.5.7 Warna.....	45
2.5.8 Ilustrasi.....	48
2.5.9 <i>Mind Mapping</i>	50
2.6 Teori Pemasaran.....	51
2.6.1 <i>Marketing Mix</i>	51
2.6.2 Promosi.....	52
2.6.3 Bauran Promosi.....	55
2.7 Teori Analisis.....	56
2.7.1 Analisis SWOT.....	56
2.7.1 Analisis Matriks.....	57
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	59
3.1 Data.....	59
3.1.1 Data Perusahaan.....	59
3.1.2 Misi dan Visi PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans.....	62
3.1.3 Data Produk.....	63
3.1.4 Data Khalayak Sasaran.....	65
3.1.5 Data Perusahaan Sejenis.....	66
3.1.6 Data Hasil Wawancara.....	72
3.2 Analisis.....	74

3.2.1 Analisis Matriks	74
3.2.2 Analisis S.W.O.T	79
3.2.3 Hasil Analisis Data	86
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	95
4.1 Konsep Komunikasi	95
4.1.1 Tujuan Komunikasi	95
4.1.2 Sasaran Komunikasi	96
4.1.3 Strategi Komunikasi	96
4.1.4 <i>Tagline</i>	99
4.2 Konsep Pemasaran	100
4.2.1 Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)	100
4.2.2 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	101
4.2.3 Publisitas / Hubungan Masyarakat (<i>Publicity / Public Relations</i>)	101
4.3 Konsep Kreatif	101
4.3.1 Unsur Laut	103
4.3.1 Unsur Alat Berat	104
4.4 Konsep Visual	105
4.4.1 Konsep Visual Identitas Visual	105
4.4.2 Konsep Visual Pengaplikasian Identitas Pada Media	110
4.5 Konsep Media	113
4.5.1 Pemilihan Media	113
4.5.2 Penjadwalan Media	119
4.5.3 <i>Budgeting</i>	120
4.6 Hasil Perancangan	121
4.6.1 Identitas Visual PT. Jasa Pengurusan Transportasi Jatidiri Trans	121
4.6.2 Pengaplikasian Identitas Visual pada Media	125
BAB V PENUTUP	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	138

LAMPIRAN.....	141
Lampiran A. Data Wawancara	141
Lampiran B. Data Observasi	147
Lampiran C. <i>Mind Mapping</i>	149
Lampiran D. Proses Bimbingan Sketsa Manual Logo	150
Lampiran E. Proses Bimbingan Sketsa Digital Logo	151
Lampiran F. Proses Bimbingan Sketsa Digital Elemen Estetis.....	153