

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Cara Pengumpulan data dan analisis	4
1.6.1 Observasi	5
1.6.2 Wawancara	5
1.6.3 Studi pustaka	5
1.6.4 Kuesioner	6
1.6.5 Analisis matriks	6
1.6.6 Analisis SWOT	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Brand	10
2.2 Brand Identity	10
2.3 Elemen merek	11
2.4 Promosi	12
2.5 Media Promosi	14
2.6 AISAS	18
2.7 Desain	19

2.7.1 Warna	19
2.7.2 Tipografi	22
2.7.3 Layout	24
2.7.4 Ilustrasi	24
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA	27
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	27
3.2 Profil Perusahaan	27
3.3 Visi dan Misi	28
3.4 Produk	28
3.5 Proses Produksi	33
3.6 Pemasaran	33
3.7 Data Khalayak Sasaran	35
3.8 Data Pesaing	35
3.9 Data Benchmark	40
3.10 HIMKI	42
3.1 Data Hasil Kuesioner	44
3.11 Analisis Data Hasil Kuesioner	49
3.12 Matriks analisis	50
3.13 SWOT analisis	56
3.14 Analisis SWOT Terpilih	58
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	59
4.1 Konsep	59
4.1.1 Konsep Pesan	59
4.1.2 Konsep Kreatif	59
4.1.3 Konsep Visual	60
4.1.4 Konsep Media	64
4.2 Hasil Perancangan	68
4.3 Anggaran	77
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

LAMPIRAN	81
----------------	----