

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.1 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Perancangan	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Teknik Pengumpulan Data	3
1. Metode Wawancara	3
2. Metode Kuesioner.....	4
3. Metode Observasi	4
4. Metode Studi Pustaka	4
1.6 Metode Analisis	5
1.7 Kerangka Perancangan	6
1.8 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Analisis Lingkungan Eksternal	8
2.2.1 PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi).....	8
2.2.2 Porter's 5 Force.....	9

2.2	Analisis SWOT	10
2.3	Teori Analisis Kompetitif (Perceptual Mapping)	12
2.4	Analisis Pasar	13
2.5.1	Analisis PLC.....	13
2.5	Teori Analisis Khalayak Sasaran	13
2.6.1	STP.....	13
2.6	Teori Desain Komunikasi Visual	14
DATA DAN ANALISIS		24
3.1	Data Objek Penelitian	24
3.2.1	Profil Perusahaan	24
3.2.2	Data Produk	25
3.2.3	Data khalayak sasaran	27
3.2.4	Data Wawancara	29
3.2.5	Data Kuesioner	30
3.2.6	Data Observasi.....	35
3.2.7	Data Keuangan.....	38
3.2.8	Data Penjualan	38
3.2.9	Data Desain Terdahulu.....	39
3.2.10	Data Pesaing Sejenis	45
3.2	Analisis Data	55
3.2.1	Analisis Wawancara.....	55
3.2.2	Analisis Kuesioner	56
3.2.3	Analisis Perbandingan.....	56
3.3	Analisis Strategi Desain	57
3.3.1	Analisis Lingkungan Eksternal.....	57
3.3.2	Analisis SWOT	64
3.3.3	Analisis PLC.....	67
3.3.4	Kesimpulan Analisis Data	67
3.3.5	Kesimpulan Analisis	68
3.3.6	<i>Framework</i>	70
BAB IV		72
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		72
4.1	Konsep Perancangan	72

4.1.1	Konsep Pesan	72
4.1.2	Konsep Kreatif	73
4.1.3	Konsep Visual.....	75
4.1.4	Konsep Media.....	78
4.1.5	Konsep Bisnis	82
4.2	Hasil Perancangan	83
BAB V		92
PENUTUP		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94