

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
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 .....	3
1.3    Ruang Lingkup.....	4
1.4    Tujuan Penelitian .....	4
1.5    Manfaat Penelitian .....	4
1.6    Metode Penelitian.....	5
1.6.1    Metode Yang Digunakan .....	5
1.6.2    Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.3    Metode Analisis .....	6
1.7    Kerangka Penelitian .....	7
1.8    Pembabakan .....	8

BAB II.....	9
DASAR PEMIKIRAN .....	9
2.1    Merek (brand).....	9
2.1.1    Fungsi Merek .....	9
2.1.2    Elemen Merek .....	12
2.2    Branding .....	14
2.2.1    Fungsi Branding .....	14
2.2.2    Digital Branding.....	15
2.3    Brand Strategy.....	16
2.3.1    Brand Positioning.....	16
2.3.2    Brand Identity.....	16
2.3.3    Brand Personality .....	16
2.3.4    Brand Communication .....	17
2.4    Brand Equity .....	17
2.4.1    Brand Loyalty.....	18
2.4.2    Percieved Quality .....	18
2.4.3    Brand Association .....	18
2.4.4    Brand Awareness .....	18
2.5    Media.....	19
2.5.1    Media Baru dan Media Sosial .....	19
2.6    Komunikasi .....	20
2.7    Desain Komunikasi Visual.....	21
2.7.1    Unsur-unsur Visual .....	22
2.7.2    Prinsip-prinsip Kerja Desain.....	27
2.7.3    Ilustrasi.....	31
2.7.4    Tipografi.....	31
2.7.5    Logo dan Logotype .....	32
2.7.6    Sistem Grid/Layout .....	33
2.8    Copywriting.....	33
2.8.1    Jenis-jenis Copywriting.....	33

BAB III.....	36
DATA DAN ANALISIS.....	36
3.1    Profil Instansi Terkait.....	36
3.1.1    Sejarah Perkembangan Clothing Line James Boogie .....	37
3.1.2    Data Produk.....	37
3.1.3    Data Permasalahan .....	39
3.1.4    Data Wawancara Pengelola.....	39
3.1.5    Data Observasi .....	41
3.1.6    Kompetitor .....	41
3.2    Data Khalayak Sasaran .....	43
3.2.1    Demografis .....	43
3.2.2    Psikografis.....	43
3.2.3    Geografis .....	45
3.2.4    Data Wawancara dan Kuesioner Khalayak Sasaran .....	46
3.3    Analisis SWOT .....	48
3.4    Insight.....	50
3.4.1    Rekomendasi Visual.....	50
3.4.2    Moodboard Visual British Subculture .....	51
3.4.3    Moodboard Color Palette, Layout & Font .....	51
BAB IV .....	52
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	52
4.1    Konsep Perancangan .....	52
4.1.1    Tujuan Komunikasi.....	52
4.1.2    Pendekatan Komunikasi.....	52
4.2    Strategi Pesan .....	53
4.3    Strategi Kreatif.....	55
4.3.1    Creative Brief.....	56
4.4    Konsep Visual .....	59
4.4.1    Visual Khalayak dan Indikator.....	59

4.4.2	Consumer Journey.....	59
4.4.3	Gaya Visual.....	60
4.4.4	Tipografi.....	60
4.4.5	Warna .....	61
4.5	Konsep Media .....	62
4.5.1	Media Utama.....	64
4.5.2	Media Pendukung.....	64
4.6	Hasil Rancangan.....	67
4.6.1	Media Cetak .....	67
4.6.2	Playlist.....	71
4.6.3	Live Session Music .....	71
4.6.4	Iklan Video Online.....	73
4.6.5	Media Sosial.....	74
4.6.6	Merchandise .....	77
BAB V.....		78
PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Saran atau Rekomendasi .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....		79
LAMPIRAN.....		82