

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4 Ruang Lingkup</b> .....	<b>2</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>1.6 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>3</b>
1.6.1 Data Primer .....	3
1. Observasi .....	3
2. Wawancara .....	3
3. Kuesioner.....	4
1.6.2 Data Sekunder .....	4
<b>1.7 Metode Analisis Data</b> .....	<b>4</b>
1.7.1 Analisis SWOT .....	4
1.7.2 <i>Consumer Insight</i> .....	4
1.7.3 Analisis Matriks Perbandingan .....	5
1.7.4 Analisis AISAS .....	5
<b>1.8 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.9 Pembabakan</b> .....	<b>7</b>

<b>BAB II.....</b>	<b>8</b>
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Teori Brand .....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Branding.....	8
2.1.2 <i>Brand Strategy</i> .....	8
2.1.3 <i>Brand identity</i> .....	9
2.1.4 <i>Brand Communication</i> .....	9
2.1.5 <i>Brand Equity</i> .....	10
<b>2.2 Desain .....</b>	<b>10</b>
2.2.1 Desain Karakter.....	10
<b>2.3 Elemen Grafis .....</b>	<b>11</b>
2.3.1 Warna .....	11
2.3.2 Garis .....	11
2.3.3 Bentuk.....	12
2.3.4 Ilustrasi .....	13
2.3.5 Layout .....	13
2.3.6 Tipografi.....	14
<b>2.4 Strategi Pemasaran .....</b>	<b>16</b>
<b>2.5 Komunikasi Massa .....</b>	<b>16</b>
2.5.1 Media Massa .....	16
2.5.2 Konsep pesan .....	17
<b>2.6 Kerangka Teori .....</b>	<b>17</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>18</b>
<b>DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Data .....</b>	<b>18</b>
3.1.1 Data Perusahaan .....	18
3.1.2 Data Produk.....	20
3.1.3 Data Observasi .....	23
3.1.4 Data Wawancara .....	24
3.1.5 Data Kuisisioner .....	26
3.1.6 Data Khalayak Sasaran (STP).....	35

3.1.7	Data Desain Terdahulu.....	36
3.1.8	Data Media Komunikasi Sejenis.....	37
<b>3.2</b>	<b>Analisis .....</b>	<b>38</b>
3.2.1	Analisis Data wawancara .....	38
3.2.2	Analisis Data Kuisisioner .....	38
3.2.3	Analisis Data Khalayak Sasaran .....	39
3.2.4	<i>Costumer Insight</i> .....	40
3.2.5	Analisis <i>Costumer Journey</i> .....	40
3.2.6	Analisis Generasi Z.....	40
3.2.7	Analisis Data Observasi .....	41
3.2.8	Analisis SWOT .....	45
3.2.9	Analisis Matriks Perbandingan .....	48
<b>3.3</b>	<b>Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>.....</b>	<b>51</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1</b>	<b>Konsep Perancangan .....</b>	<b>51</b>
4.1.1	Konsep Kreatif .....	52
4.1.2	Tagline .....	52
4.1.3	Konsep Visual .....	53
4.1.4	Pengayaan Visual .....	53
4.1.5	Konsep Media .....	57
<b>4.2</b>	<b>Hasil perancangan .....</b>	<b>59</b>
4.2.1	Desain Karakter .....	59
4.2.2	Implementasi Desain Karakter Pada Media Sosial Instagram.....	60
4.2.3	<i>Merchandise</i> .....	63
4.2.4	Prototype instagram .....	65
<b>BAB V .....</b>	<b>.....</b>	<b>66</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>.....</b>	<b>66</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>66</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>66</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>.....</b>	<b>68</b>