

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	1
<b>ABSTRACT</b>	4
<b>KATA PENGANTAR</b>	5
<b>DAFTAR ISI</b>	7
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	9
<b>DAFTAR TABEL</b>	12
<b>BAB I</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Metode Analisis Data	6
1.7 Pembabakan	8
<b>BAB II</b>	10
2.1 Perancangan	10
2.2 Desain Komunikasi Visual	10
2.2.1 Unsur-Unsur pada Desain	11
2.2.2 Prinsip-Prinsip pada Desain	19
2.3 Brand	22
2.4 Brand Identity	22
2.5 Branding	24
2.6 Komunikasi Pemasaran	24
2.6.1 Model Komunikasi Pemasaran	25
2.6.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	25
2.7 Identitas Visual	26
2.8 Logo	26
2.9 Tipografi	27
2.9.1 Pengelompokan Aksara Berdasarkan Kaitnya	28
2.9.2 Pengelompokan Aksara Berdasarkan Kemiripan Anatominya	29
2.10 Ilustrasi	33

2.10.1 Teknik Pembuatan Ilustrasi	33
2.11 Sustainable Fashion	34
2.11.1 Bentuk dari Sustainable Fashion	34
2.11.2 Manfaat Sustainable Fashion	37
2.12 Kerangka Berpikir	38
2.13 Asumsi	39
<b>BAB 3</b>	40
3.1 Data	40
3.1.1 Data Pemberi Proyek	40
3.1.2 Data Produk	41
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	47
3.1.4 Data Proyek Sejenis	48
3.1.5 Data Observasi, Wawancara, Kuesioner, dan Lainnya	53
3.2 Analisis Data	78
3.2.1 Analisis Data Observasi	78
3.2.2 Analisis Data Wawancara	78
3.2.3 Analisis Data Kuesioner	79
3.2.4 Analisis Proyek Sejenis	80
3.2.5 Analisis SWOT	82
3.2.6 Analisis AISAS	83
3.3 Penarikan Kesimpulan	85
<b>BAB IV</b>	89
4.1 Konsep Pesan	89
4.2 Konsep Kreatif	89
4.3 Konsep Media	90
4.4 Konsep Bisnis	94
4.5 Konsep Visual	95
4.6 Hasil Perancangan	98
<b>BAB V</b>	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	111