

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>II</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XI</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	2
1.3 RUMUSAN MASALAH .....	3
1.4 RUANG LINGKUP .....	3
1.5 TUJUAN PERANCANGAN .....	3
1.6 MANFAAT PERANCANGAN .....	3
1.7 METODE PENELITIAN .....	4
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7.2 Metode Analisis.....	6
1.8 KERANGKA PERANCANGAN .....	6
1.9 PEMBABAKAN .....	7
<b>BAB 2 .....</b>	<b>8</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 PERANCANGAN.....	8
2.1.1 Pengertian Perancangan Komunikasi Visual.....	8
2.1.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	8
2.1.3 Ilustrasi .....	9
2.1.4 Tipografi.....	9
2.1.5 Fotografi .....	12
2.2 STRATEGI KREATIF .....	12
2.3 KOMUNIKASI.....	12
2.4 MEDIA.....	13
2.5 BAURAN MEDIA .....	13
2.5.1 Fungsi Media .....	13
2.5.2 Jenis-Jenis Media.....	13

2.6 STRATEGI BRANDING .....	13
2.6.1 <i>Bentuk-bentuk Strategi Branding</i> .....	14
2.7 BRAND AWARENESS.....	15
2.8 AISAS .....	15
2.9 KERANGKA TEORI.....	16
<b>BAB 3 .....</b>	<b>17</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>17</b>
3.1 DATA UMKM.....	17
3.1.1 <i>Profil UMKM</i> .....	17
3.1.2 <i>Data Produk</i> .....	18
3.2 DATA KHALAYAK SASARAN .....	18
3.2.1 <i>Demografis</i> .....	18
3.2.2 <i>Geografis</i> .....	19
3.2.3 <i>Psikografis</i> .....	19
3.2.4 <i>AOI</i> .....	19
3.3 DATA EMPIRIK .....	20
3.3.1 <i>Data Wawancara</i> .....	20
3.3.2 <i>Data Hasil Survey</i> .....	21
3.3.3 <i>Hasil Analisis Data Kuesioner</i> .....	24
3.4 DATA PROMOSI SEJENIS .....	25
3.4.1 <i>Samase Clothes</i> .....	25
3.4.2 <i>Data Produk</i> .....	25
3.5 BENTUK BRANDING .....	27
3.6 ANALISIS MATRIK.....	27
<b>BAB 4 .....</b>	<b>30</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 ANALISIS MATRIK.....	30
4.1.1 <i>Konsep Perancangan</i> .....	30
4.1.2 <i>Konsep Komunikasi</i> .....	30
4.1.3 <i>Pesan</i> .....	31
4.2 STRATEGI KREATIF .....	31
4.3 MEDIA DAN VISUAL .....	32
4.3.1 <i>Creative Brief</i> .....	32
4.3.2 <i>Problem</i> .....	32
4.3.3 <i>Why do we advertise</i> .....	32
4.3.4 <i>Who are we talking to?</i> .....	32
4.3.5 <i>Insight</i> .....	33
4.3.6 <i>What we want them to think or do?</i> .....	33
4.3.7 <i>What to say?</i> .....	33
4.4 MEDIA.....	33
4.5 KONSEP MEDIA .....	35
4.7 KONSEP VISUAL .....	36

4.7.1 <i>Konsep Jenis Huruf</i> .....	36
4.7.2 <i>Konsep Warna</i> .....	38
4.7.3 <i>Gaya Visual</i> .....	38
4.7.4 <i>Logo</i> .....	39
4.8 REKOMENDASI VISUAL .....	40
4.8.1 <i>Media Cetak</i> .....	41
<b>BAB V</b> .....	<b>48</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>48</b>
5.1 KESIMPULAN .....	48
5.2 SARAN.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>49</b>