

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. Permasalahan</b> .....	<b>3</b>
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2. Rumusan Masalah .....	3
<b>1.3. Ruang Lingkup</b> .....	<b>4</b>
1.3.1. Ruang Lingkup .....	4
<b>1.4. Tujuan Perancangan</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5. Metode Penelitian</b> .....	<b>5</b>
1.5.1. Metode Pengumpulan Data .....	5
1.5.2. Metode Analisis Data .....	6
<b>1.6. Kerangka Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.7. Pembabakan</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1. Desain Komunikasi Visual</b> .....	<b>9</b>
2.1.1. Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	9
2.1.2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....	10
<b>2.2. Identitas Visual</b> .....	<b>14</b>
2.2.1. Tujuan Identitas Visual .....	15
2.2.2. Fungsi Identitas Visual .....	15
<b>2.3. Brand</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4. Branding</b> .....	<b>16</b>

<b>2.5.</b>	<b>Logo .....</b>	<b>17</b>
2.5.1.	Fungsi dan Tujuan Logo .....	20
<b>2.6.</b>	<b>Media Promosi .....</b>	<b>20</b>
2.6.1.	Definisi Promosi .....	20
2.6.2.	Pengertian Media Promosi.....	20
2.6.3.	Jenis – Jenis Media Promosi .....	22
2.6.4.	SWOT .....	23
<b>2.7.</b>	<b>Media .....</b>	<b>23</b>
2.7.1.	Strategi Media (AISAS) .....	23
<b>2.8.</b>	<b>Kerangka Teori.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS .....</b>		<b>26</b>
<b>3.1.</b>	<b>Data Pemberi Proyek .....</b>	<b>26</b>
3.1.1.	Data Perusahaan.....	26
3.1.2.	Data Produk .....	28
3.1.3.	Data Khayalak Sasaran .....	29
3.1.4.	Data Wawancara .....	29
3.1.5.	Data Observasi .....	31
3.1.6.	Data Logo Perusahaan .....	36
3.1.7.	Data Media Promosi Perusahaan .....	37
3.1.8.	Data Kompetitor Sejenis .....	38
<b>3.2.</b>	<b>Analisis.....</b>	<b>43</b>
3.2.1.	Analisis Observasi .....	43
3.2.2.	Analisis Wawancara .....	43
3.2.3.	Analisis Matriks Perbandingan.....	44
3.2.4.	Analisis SWOT .....	46
3.2.5.	Hasil Analisis .....	49
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>51</b>
<b>4.1.</b>	<b>Konsep Perancangan.....</b>	<b>51</b>
4.1.1.	Konsep Pesan.....	51
4.1.2.	Konsep Kreatif.....	52
4.1.3.	Konsep Visual.....	52
4.1.4.	Konsep Media .....	56

4.1.5.	Budgeting Media .....	58
<b>4.2.</b>	<b>Konsep Perancangan.....</b>	<b>59</b>
4.2.1.	Sketsa dan Alternatif Logo .....	59
4.2.2.	Hasil Logo .....	60
4.2.3.	Supergraphic .....	61
4.2.4.	Penerapan Pada Media Promosi .....	62
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</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>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>72</b>