

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI & KETUA PRODI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Aspek Teoritis	5
1.4.2 Aspek Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
1.5.1 BAB I Pendahuluan.....	5
1.5.2 BAB II Kajian Pustaka.....	5
1.5.3 BAB III Metodologi Penelitian	5
1.5.4 BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan	6
1.5.5 BAB V Penutup.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Merek (<i>Brand</i>).....	7
2.1.2 <i>Branding</i>	8
2.1.3 <i>Rebranding</i>	9
2.1.4 Strategi <i>Branding</i>	11
2.1.5 Proses <i>Rebranding</i>	12
2.1.6 Identitas Merek.....	14
2.1.7 Identitas Visual.....	14
2.1.8 Buku Pedoman Sistem Identitas / <i>Graphic Standards Manual (GSM)</i>	15
2.1.9 Logo	18
2.1.10 <i>Tagline</i>	24
2.1.11 Elemen Desain	24
2.1.12 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	30
2.1.13 Analisis Data USP (<i>Unique Selling Proposition / Unique Selling Point</i>)	33
2.1.14 Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Kerangka Teori dan Asumsi Penelitian.....	38
2.3.1 Kerangka Teori.....	38
2.3.2 Asumsi Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4 Uji Validitas Data	44
3.4.1 Triangulasi Data	45
3.4.2 Triangulasi Metode	45
3.5 Metode Analisis Data	46

3.6	Metode Perancangan Strategi <i>Rebranding</i>	48
3.7	Kerangka atau Tahapan Penelitian	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Profil <i>Brand Fashion</i> BigJill	52
4.2.2	Data Hasil Observasi	54
4.2.3	Data Hasil Wawancara	59
4.2.4	Data Hasil Kuesioner	64
4.2.5	Data Hasil Studi Kompetitor	70
4.3	Pembahasan atau Analisis Hasil Penelitian	74
4.3.1	Analisis Visual	74
4.3.2	Matriks Perbandingan Profil <i>Brand Fashion</i>	84
4.3.3	Analisis USP dan Analisis SWOT	85
4.3.4	Analisis Tingkat <i>Brand Awareness</i> BigJill	87
4.3.5	Analisis Strategi <i>Rebranding</i> BigJill.....	88
4.3.6	Perancangan Strategi <i>Rebranding</i> BigJill	93
4.4	Penarikan Kesimpulan Analisis.....	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		127
5.1	Kesimpulan.....	127
5.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		130