

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis Data	6
1.6 Metode Perancangan	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Pembabakan	9

BAB II.....	10
LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Brand Communication.....	10
2.1.1 Brand Communication	10
2.1.2 Komponen Media Brand Communication	10
2.2 Teori Environmental Graphic Design (EGD)	14
2.2.1 Environmental Graphic Design (EGD).....	14
2.2.2 Sistem Grafis (Graphic System).....	14
2.2.3 Komponen Material	24
2.3 Elemen Desain Grafis	27
2.3.1 Warna	28
2.3.2 Tipografi.....	31
2.3.3 Layout	35
2.3.4 Ilustrasi.....	39
2.5 Kerangka Teori.....	41
2.6 Asumsi.....	42
BAB III.....	43
DATA DAN ANALISIS DATA.....	43
3.1 Data	43
3.1.1 Data Pemberi Proyek.....	43
3.1.2 Data Arsip Setiawan Sabana	46
3.1.3 Data Observasi	53
3.1.4 Data Wawancara Ahli	61
3.2 Analisis Data	70
3.2.1 Analisis Proyek dan Data Milik Institusi	70
3.2.2 Analisis Data Objek Sejenis.....	70
3.2.3 Analisis Hasil Observasi	76

3.2.4 Analisis Hasil Wawancara	78
3.3 Kesimpulan	78
BAB IV	79
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	79
4.1 Basic Design Process	79
4.1.1 Konsep Dasar	79
4.2 Konsep Perancangan	81
4.2.1 Konsep Visual	81
4.2.2 Konsep Sistem Hardware	86
4.2.3 Konsep Media	87
4.2.4 Konsep Bisnis.....	91
4.3 Proses dan Hasil Perancangan.....	92
4.3.1 Proses Perancangan.....	92
4.3.2 Proses Trial & Error	98
4.3.3 Hasil Perancangan.....	101
BAB V.....	122
PENUTUP.....	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	126