

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Ruang Lingkup	4
1.6 Metode Penelitian dan Analisis	5
1.6.1 Pengumpulan Data	5
1.6.2 Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
2.1 Desain komunikasi Visual	10
2.1.1 Prinsip Desain	10
2.1.2 Elemen Desain	14
2.2 Branding	16
2.3 Brand Awareness	17
2.4 Identitas Visual	18
2.4.1 Logo	19
2.4.2 Tagline	20

2.5 Promosi	21
2.5.1 STP	21
2.5.2 AISAS	22
BAB III	23
DATA DAN ANALISIS	23
3.1 Data Pemberi Proyek	23
3.1.1 Profil Instansi	23
3.1.2 Visi Misi	24
3.1.3 Struktur Organisasi	24
3.2 Data Produk	25
3.3 Data Khalayak Sasaran	26
3.4 Data Hasil Observasi	26
3.4.1 Observasi tempat usaha	26
3.4.2 Observasi Produk Sejenis	27
3.4.3 Kesimpulan Hasil Observasi	29
3.5 Data Hasil Wawancara	30
3.5.1 Wawancara Pertemuan 1 dengan Pemilik Usaha	30
3.5.2 Wawancara Pertemuan 2 dengan Pemilik Usaha	31
3.5.3 Wawancara dengan Konsumen	33
3.5.4 Wawancara dengan Ahli	34
3.5.5 Kesimpulan Hasil Wawancara	36
3.6 Analisis Data	36
3.6.1 Analisis Data Kuisioner	36
3.6.2 Analisis Data Pesaing	43
3.6.3 Analisis Perbandingan Visual	44
3.6.4 Analisis SWOT	47
3.6.5 Kesimpulan Hasil Analisis	48
BAB IV	49
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	49
4.1 Konsep Pesan	49
4.2 Konsep Kreatif	49
4.3 Konsep Media	50

4.3.1 Media Komunikasi	50
4.3.2 Konsep Komunikasi	52
4.4 Konsep Visual	53
4.4.1 Mind Map	53
4.4.2 Warna	54
4.4.3 Tipografi	55
4.5 Proses Perancangan	56
4.5.1 Moodboard	56
4.5.2 Sketsa	56
4.6 Hasil Perancangan	55
4.6.1 Logo	57
4.6.2 GSM	58
4.6.3 Media Pendukung	63
BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70