

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
LEMBAR PERNYATAAN	2
KATA PENGANTAR.....	3
ABSTRAK	4
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
BAB I.....	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang Permasalahan	14
1.2 Permasalahan.....	18
2.16.1 Identifikasi Masalah	18
2.16.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan.....	18
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	19
1.5.1 Cara Pengumpulan Data.....	19
1.5.2 Cara Analisis Data.....	20
1.6 Metode Perancangan	21
1.7 Kerangka Perancangan.....	22
1.8 Pembabkan	23
BAB II	24
DASAR PEMIKIRAN	24
2.1 Teori Strategi Desain.....	24
2.2 Teori Analisis Lingkungan Eksternal.....	25
2.2.1 Analisis Makro (PEST)	25
2.2.2 Teori Analisis Kompetitif (Perceptual Mapping)	25
2.3 Teori Analisis Lingkungan Internal	26

2.4	Teori Analisis Bussines Model Canvas (BMC).....	26
2.5	Teori Pemasaran (Marketing Mix).....	26
2.6	Teori Promosi.....	28
2.7	Teori Brand Image	28
2.8	Teori Analisis SWOT.....	28
2.9	Teori Analisis Pasar	29
2.9.1.	Teori PLC (Product Life Cycle).....	29
2.10	Teori Analisis Khayalak Pasar (STP)	31
2.11	Teori Customer Insight	32
2.12	Teori Customer Journey	32
2.13	Teori AIO.....	32
2.14	Teori Matriks Perbandingan.....	33
2.15	Teori Desain Audit.....	33
2.16	Teori Strategi Bisnis (Porter'd Generic Strategics)	33
2.17	Teori Strategi Pemasaran	34
2.18	Teori Pemasaran Digital (Digital Marketing)	34
2.19	Teori Komunikasi Pemasaran (AISAS).....	35
2.20	Teori Desain Komunikasi Visual	36
2.20.1	Teori Tipografi.....	36
2.20.2	Teori Layout.....	37
2.20.3	Teori Warna	38
2.20.4	Teori Logo.....	39
2.21	Kerangka Teori.....	43
2.22	Asumsi.....	44
BAB III		45
DATA & ANALISIS		45
3.1	Data	45
3.1.1	Data Pemberi Proyek.....	45
3.1.2	Data Produk.....	46
3.1.3	Data Pengunjung	51
3.1.4	Data Khayalak Ssasaran.....	52

3.1.5	Data Hasil Observasi.....	53
3.1.6	Data Hasil Wawancara.....	57
3.1.7	Data Hasil Kuesioner	59
3.1.8	Data Pesaing dan Media Sejenis	69
3.2	Analisis Data	79
3.2.1	Analisis Data Khayalak Sasaran	79
3.2.2	Analisis Data Observasi	81
3.2.3	Analisis Data Kuesioner.....	82
3.2.4	Analisis Data Wawancara	82
3.2.5	Analisis Data Proyek Sejenis	83
3.3	Penarikan Kesimpulan	94
BAB IV		102
PERANCANGAN		102
4.1	Formulasi Strategi Desain.....	102
4.1.1	Analisa Lingkungan Internal.....	102
4.1.2	Analisa Lingkungan Eksternal	110
4.1.3	Interpretasi Pasar dan Khayalak Sasaran	113
4.1.4	Penentuan Strategi.....	115
4.1.5	Kesimpulan	122
4.2	Konsep Perancangan	124
4.2.1	Konsep Dasar	124
4.2.2	Konsep Pesan	124
4.2.3	Konsep Visual	126
4.2.4	Konsep Media	132
4.2.5	Konsep Bisnis.....	135
4.3	Hasil Perancangan.....	136
4.3.1	Supergraphic	136
4.3.2	Media Identitas.....	136
4.3.3	Media Cetak	145
4.3.4	Media Promosi dan Komunikasi Digital.....	147
BAB V.....		151

KESIMPULAN.....	151
5.1 Kesimpulan	151
5.2 Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN.....	157