

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Perancangan	7
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	7
1.5.1 Cara Pengumpulan Data	7
1.5.2 Cara Analisis Data	8
1.6 Metode Perancangan	9
1.7 Kerangka Penelitian.....	10
1.8 Pembabakan.....	11
BAB II DASAR PEMIKIRAN	12
2.1 Brand Communication	12
2.1.1 Definisi Brand Communication.....	12
2.1.2 Strategi Brand Communication	13
2.2 Brand Collateral.....	14
2.2.1 Definisi Brand Collateral	14
2.2.2 Keunggulan Brand Collateral	14

2.2.3 Desain Kemasan	16
2.2.3.1 Faktor Kemasan	16
2.2.4 Media Sosial	18
2.2.4.1 Fungsi Media Sosial.....	18
2.2.4.2 Karakteristik Media Sosial	19
2.2.4.3 Jenis-Jenis Media Sosial.....	20
2.3 Teori Analisis Lingkungan Internal.....	21
2.4 Teori Analisis Khayalan Pasar (STP)	21
2.4.1 Segmenting	21
2.4.2 Targeting	23
2.4.3 Positioning.....	23
2.5 Analisis SWOT.....	24
2.6 Teori Matriks Perbandingan.....	26
2.7 Teori Komunikasi Pemasaran (AISAS).....	26
2.8 Desain Komunikasi Visual.....	27
2.8.1 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	27
2.8.3 Teori Tipografi.....	29
2.8.4 Teori Layout	29
2.8.5 Teori Warna.....	31
2.9 Kerangka Teori.....	34
2.10 Asumsi.....	34
BAB III DATA DAN ANALISIS	35
3.1 Data.....	35
3.1.1 Data Profil Perusahaan.....	35
3.1.2 Brand Architecture	36
3.1.3 Jenis Produksi	36

3.1.4 Data Khalayak Sasaran	37
3.1.4 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan	38
3.2 Data Wawancara.....	40
3.6 Analisis Data	59
3.6.1 Analisis Data Khalayak Sasaran	59
3.6.2 Analisis SWOT	61
3.6.2.1 Asumsi SWOT	66
3.6.3 Analisis AISAS.....	66
3.6.4 Analisis Data Wawancara	68
3.6.3 Analisis Data Kuesioner	68
3.6.4 Analisis Data Pesaing.....	70
3.7 Penarikan Kesimpulan	77
BAB IV PERANCANGAN.....	80
4.1 Input.....	80
4.1.1 Big Idea	80
4.1.1.2 Tujuan Komunikasi.....	81
4.1.2 Proses (Analisis dan Sintesis).....	82
4.1.2.2 AISAS	82
4.2 Konsep Perancangan	83
4.2.1 Konsep Kreatif.....	83
4.2.2 Konsep Visual.....	85
BAB V KESIMPULAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130
SUMBER GAMBAR	133

LAMPIRAN	134
LEMBAR PERSEMBAHAN	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian.....	10
Gambar 2. 1 Contoh gambar Brand Communication	12
Gambar 2. 2 Contoh gambar Brand Collateral.....	15
Gambar 2. 3 Contoh gambar desain kemasan	18
Gambar 2. 4 Contoh gambar media sosial	20
Gambar 2. 5 Contoh penjelasan Analisis Segmentasi	22
Gambar 2. 6 Contoh penjelasan Analisis Targeting	23
Gambar 2. 7 Contoh penjelasan Analisis Positioning	24
Gambar 2. 8 Contoh penjelasan Analisis SWOT	25
Gambar 2. 9 Contoh penjelasan Analisis AISAS.....	27
Gambar 2. 10 Contoh gambar DKV	28
Gambar 2. 11 Contoh gambar supergrafis	28
Gambar 2. 12 Contoh gambar tipografi	29
Gambar 2. 13 Contoh gambar layout.....	30
Gambar 2. 14 Contoh gambar warna.....	31
Gambar 2. 15 Kerangka Teori.....	34
Gambar 3. 1 Logo AION Sport Indonesia	35
Gambar 3. 2 Brand Architecture	36
Gambar 3. 3 Bagan struktur organisasi.....	39
Gambar 3. 4 Wawancara pihak Aion Sport	40
Gambar 3. 5 Grafik data usia responden.....	42
Gambar 3. 6 Grafik data jenis kelamin responden	43
Gambar 3. 7 Grafik data pekerjaan responden	43
Gambar 3. 8 Grafik data domisili responden	44
Gambar 3. 9 Grafik data keaktifan berolahraga responden	44
Gambar 3. 10 Grafik data faktor responden memilih produk handuk olahraga....	45
Gambar 3. 11 Grafik responden mencari produk olahraga	45
Gambar 3. 12 Grafik data awareness terhadap Aion Sport Indonesia	46
Gambar 3. 13 Grafik data mengetahui Aion Sport Indonesia	46

Gambar 3. 14 Grafik data faktor memilih produk Aion Sport.....	47
Gambar 3. 15 Grafik data intensitas melihat promosi Aion Sport	47
Gambar 3. 16 Grafik data kepuasan informasi Aion Sport.....	48
Gambar 3. 17 Grafik data efektivitas kemasan produk	48
Gambar 3. 18 contoh gambar visual pada media sosial.....	51
Gambar 3. 19 contoh gambar visual pada e-commerce.....	52
Gambar 3. 20 Logo pesaing Elfs Active.....	53
Gambar 3. 21 Instagram Elfs Active	54
Gambar 3. 22 Poster Digital Elfs Active	55
Gambar 3. 23 Logo pesaing Nu Fit	55
Gambar 3. 24 Sosial media pesaing Nu Fit.....	56
Gambar 3. 25 Sosial media pesaing Nu Fit.....	57
Gambar 3. 26 Logo pesaing Bagus Indonesia.....	57
Gambar 3. 27 Media Bagus Indonesia.....	58
Gambar 3. 28 Poster digital Bagus Indonesia	58
Gambar 4. 1 Slice Of Life Aqua.....	84
Gambar 4. 2 Contoh Testimonial Evidence	85
Gambar 4. 3 Moodboard.....	85
Gambar 4. 4 Font yang digunakan.....	88
Gambar 4. 5 Font bodycopy yang digunakan	89
Gambar 4. 6 Contoh Layout Simetris	90
Gambar 4. 7 Proses Supergrafis	99
Gambar 4. 8 Gambar Stationery.....	101
Gambar 4. 9 Bussiness Card	102
Gambar 4. 10 Bussiness Card.....	102
Gambar 4. 11 Letterhead.....	103
Gambar 4. 12 Envelope.....	103
Gambar 4. 13 ID Card Staff.....	104
Gambar 4. 14 Lanyard	104
Gambar 4. 15 Kemasan.....	105
Gambar 4. 16 Katalog Produk.....	106

Gambar 4. 17 Display Produk	107
Gambar 4. 18 4.20 Flyer	108
Gambar 4. 19 Mock up flyer	108
Gambar 4. 20 X-banner.....	109
Gambar 4. 21 Desain Kaos 1.....	110
Gambar 4. 22 Desain Kaos 2.....	110
Gambar 4. 23 Totebag	111
Gambar 4. 24 Paperbag.....	112
Gambar 4. 25 Tumbler/ Botol minum	112
Gambar 4. 26 Thankyou Card.....	113
Gambar 4. 27 Content Plan	114
Gambar 4. 28 Strategy Plan	115
Gambar 4. 29 Konten feeds instagram.....	116
Gambar 4. 30 mock up feeds instagram.....	117
Gambar 4. 31 Konten to informing	118
Gambar 4. 32 Konten to informing	119
Gambar 4. 33 Konten to informing	119
Gambar 4. 34 Konten to persuade	120
Gambar 4. 35 Konten to persuade	121
Gambar 4. 36 Konten to reminding	122
Gambar 4. 37 Konten to reminding	122
Gambar 4. 38 Caption dan Hashtag.....	123
Gambar 4. 39 Konten story instagram.....	124
Gambar 4. 40 Strategy Content Story.....	124
Gambar 4. 41 Mock Up Marketplace	125
Gambar 4. 42 Email Marketing.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Karakteristik dan Simbolisasi Warna	31
Tabel 3. 1 Ringkasan Produk Aion Sport Towel.....	36
Tabel 3. 2 Tabel Perbandingan Data Usaha	70
Tabel 3. 3 Tabel Perbandingan Media Promosi	72
Tabel 3. 4 Tabel Perbandingan Desain Terdahulu	73
Tabel 4. 1 Konsep warna primer	87
Tabel 4. 2 Konsep warna sekunder.....	88
Tabel 4. 3 Media Identitas dan fungsi.....	93
Tabel 4. 4 Brand Collateral dan fungsi	93
Tabel 4. 5 Brand Communication	95
Tabel 4. 6 Rancangan Anggaran Biaya	98