

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	2
C. Rumusan Masalah.....	2
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan	3
E. Tujuan Perancangan.....	3
F. Metode Perancangan.....	4
G. Sistematika Penulisan	8
BAB II PERSPEKTIF TEORI	10
A. Tinjauan Umum.....	10
1. Identitas Merek.....	10
2. Strategi Media.....	15
B. Tinjauan Khusus.....	16
1. <i>Graphic Standard Manual</i>	16
2. Fotografi.....	18
3. Poster.....	23
4. Kue <i>Pie</i>	26
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	27

A. Data Lapangan.....	27
B. Analisis SWOT Toko Kue <i>Pie</i>	28
C. Data Khalayak Sasaran.....	29
D. Analisis Khalayak Sasaran.....	30
E. <i>Insight</i>	35
F. Hasil Data Lainnya.....	35
BAB IV KONSEP PERANCANGAN.....	38
A. Tujuan Perancangan (Objective).....	38
B. Konsep Kreatif.....	38
C. Proses Kreatif.....	39
D. Brand Strategy.....	44
1. <i>Positioning – Differentiation – Branding</i> (PBD).....	44
2. <i>Brand Personality (Tone and Manner)</i>	45
E. <i>Graphic Standard Manual</i> (GSM).....	46
BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	54
A. Media Utama.....	54
B. Media Pendukung.....	62
BAB VI PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80