

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Batas dan Ruang Lingkup Perancangan	5
E. Tujuan Perancangan	5
F. Metode Perancangan.....	6
G. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II PERSPEKTIF TEORI.....	11
A. Tinjauan Umum	11
B. Tinjauan Khusus	25
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	28
A. Data Lapangan	28
B. Analisis SWOT.....	29
C. <i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	32
D. Analisis Khalayak Sasaran	32
E. Laporan Hasil Data Lainnya.....	34
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	44
A. Fakta-Fakta Kunci (<i>Key Facts</i>)	44
B. Tujuan Perancangan Identitas Visual	45
C. Insight dan Metode Pengagasan	45
D. Strategi dan Konsep Kreatif	52
E. Keputusan Kreatif	53
F. <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	60
G. Biaya Pengembangan Merek.....	74

BAB V PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL	79
A. Media Utama	79
B. Media Pendukung	87
BAB VI PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN	110