

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah.....	4
C. Rumusan masalah:.....	5
D. Batas dan ruang lingkup perancangan.....	5
E. Tujuan Perancangan.....	6
F. Metode Perancangan.....	6
1. Metode Perancangan.....	6
2. Metode pengumpulan data.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
PERSPEKTIF TEORI.....	14
A. Tinjauan Umum.....	14

1. Brand dan Branding .....	14
a. Definisi Brand dan Branding .....	14
b. Tujuan, Manfaat, dan Jenis Brand.....	15
c. Brand Architecture.....	16
2. Identitas Visual.....	17
a. Pengertian Identitas Visual .....	17
3. Logo.....	18
a. Pengertian Logo.....	18
b. Tujuan dan Fungsi Logo .....	19
c. Jenis Logo .....	20
d. Syarat Logo .....	21
4. Tipografi .....	22
5. Warna.....	23
B. Tinjauan Khusus.....	26
1. Pets Grooming .....	26
a. Pengertian Pet Grooming .....	26
b. Fungsi dan Tujuan Pet Grooming.....	27
c. Jenis-jenis Pet Grooming.....	27
BAB III .....	29
DATA & ANALISIS MASALAH .....	29
A. Data lapangan .....	29
1. Organisasi / Perusahaan .....	29
B. Analisis Kelebihan dan Kekurangan .....	31
1. Analisis Kelebihan dan Kekurangan .....	31
a. Kelebihan .....	31
b. Kekurangan.....	31
2. Kesimpulan Kelebihan dan Kekurangan.....	31
C. Analisis khalayak sasaran.....	32
D. Analisis Pesaing .....	33

1. Animals Pet Shop.....	33
2. Happy Pets .....	35
3. DoRi Pet Grooming .....	36
4. Faunafella .....	37
E. Laporan Hasil Data Lainnya.....	38
1. Observasi.....	38
2. Wawancara Owner Hi Pets .....	40
3. Wawancara Customer.....	45
a. Wawancara dengan Non Customer Hi Pets .....	45
b. Wawancara dengan Customer Hi Pets.....	45
4. Laporan Hasil Analisis Kuisisioner .....	46
BAB IV.....	56
KONSEP PERANCANGAN.....	56
A. Fakta-Fakta Kunci (Key Facts) .....	56
B. Tujuan Pengembangan Merek.....	57
C. Insight dan Metode Penggagasan .....	57
1. Insight.....	57
2. Metode Penggagasan.....	58
D. Strategi dan Konsep Kreatif .....	60
1. Strategi Kreatif .....	60
2. Konsep Kreatif.....	61
3. Struktur Arsitektur Merek .....	63
E. Keputusan Kreatif .....	64
1. Keputusan Verbal .....	64
2. Keputusan Visual .....	64
a. Logo produk.....	64
b. Tipografi .....	64

c. Brand Character.....	65
d. Skema Warna .....	66
e. Bentuk .....	67
F. Graphic Standard Manual (GSM).....	68
1. Perusahaan dan Produk.....	68
2. Naming.....	68
3. Brand Story .....	68
4. Proses Abstraksi Logo.....	69
5. Logo.....	74
6. Konstruksi Logo .....	75
7. Grid System .....	77
8. Minimum Clear Space .....	79
9. Minimum Size.....	80
10. Brand Character.....	81
11. Reverse Logo.....	81
12. Incorrect Use.....	83
13. Penerapan Media.....	84
a. Unit Mobile Grooming .....	84
b. Polo Shirt.....	87
c. Outer Shirt .....	88
d. Cargo Pants.....	88
e. Boots Anti Air.....	89
f. Topi.....	90
g. Apron Groomer.....	90
h. Stationery Set.....	91
i. Price list .....	95
j. Loyalty Card.....	96
k. Invoice.....	97
l. Handuk.....	98

m. Shampoo .....	98
n. Pet Cologne.....	99
o. Pet Brush.....	100
p. Pet Scarf.....	100
q. Pet Collar & Leash .....	102
r. Konten Sosial Media .....	102
G. Biaya Pengembangan Merek .....	104
BAB V.....	106
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL.....	106
A. Media Utama .....	106
B. Media Pendukung.....	113
BAB VI.....	121
KESIMPULAN DAN SARAN .....	121
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran .....	122
Daftar Pustaka .....	123