

Daftar Isi

SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORISINALITAS TUGAS AKHIR, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah & Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
1.4.3 Bagi Universitas Pembangunan Jaya.....	4
1.4.4 Bagi Peneliti	4
1.4.5 Bagi Masyarakat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN UMUM.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2 Tinjauan Teori.....	8
2.2.1 Identitas Visual	8
2.2.2 Desain Komunikasi visual	8
2.2.3 Peran Identitas Visual dalam Industri Kuliner.....	9
2.3 Teori Utama	9
2.3.1 Model Proses Perancangan Identitas Visual	9
2.3.2 Nama <i>Brand</i>	10
2.3.3 Logo.....	11

2.3.4	Warna.....	16
2.3.5	Tipografi	21
2.3.6	Tagline	24
2.3.7	Tata Letak	24
2.3.8	Brand	25
2.3.9	Brand Identity	25
2.3.10	Graphic Standart Manual (GSM)	25
2.4	Teori Pendukung.....	26
2.5	Ringkasan Kesimpulan Teori.....	27
BAB III METODOLOGI DESAIN.....		28
3.1	Sistematika perancangan	28
3.1.1	Kerangka Berfikir perancangan.....	28
3.1.2	Alur Kerja.....	30
3.2	Metode Pencarian Data.....	31
3.2.1	Wawancara.....	31
3.2.2	Observasi	32
3.2.3	Studi literatur	32
3.3	Analisis Data	34
3.3.1	Analisis Data Wawancara.....	34
3.3.2	Analisis data observasi	40
3.3.3	Analisis Logo Usaha dan Kompetitor	42
3.3.4	Analisis Media.....	46
3.4	Kesimpulan Hasil Analisis	47
3.5	Pemecahan Masalah	48
BAB IV STRATEGI KREATIF		49
4.1	Pendekatan Komunikasi	49
4.1.1	Persepsi Konsumen/ <i>Audience</i>	49
4.1.2	Strategi 5W + 1H.....	50
4.2	<i>Analisa Segmenting, Targetting, Positioning</i>	51
4.3	Analisa Pesaing	53
4.4	Analisa SWOT.....	54
4.5	Moodboard	56
4.6	Identitas utama Brand.....	57
4.6.1	Visi dan Misi.....	59

4.6.2	Value & Personality Branding	60
4.6.3	Positioning Brand & Promise	61
4.6.4	<i>Focus Brand</i> (penamaan <i>brand</i>)	62
4.6.5	Making Brand Name & Alternatives	63
4.7	Konsep Kreatif.....	63
4.8	Konsep Visual.....	65
4.9	Tone and Manner	65
4.10	Making Brand Mark Process	65
4.10.1	Sketsa Logo	65
4.10.2	Fix Logo	68
4.11	Filosofi Logo	71
4.12	Deskriptor dan Brand Fix	71
4.13	Tata Letak dan Aplikasi	72
4.14	Konsep Verbal.....	73
4.14.1	Tagline/Slogan.....	74
4.14.2	Headline, Sub headline, Bodycopy.....	74
4.14.3	Tipografi/Jenis Huruf.....	74
4.15	Konsep Perancangan (layout & komposisi)	76
4.16	Penerapan Desain (Final Artwok/Guideline Logo/Graphic Standard Manual Logo (GSM)).....	77
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran	81
Daftar Pustaka		83
Lampiran.....		85