

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN UMUM	5
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Teori Utama.....	7
2.2.1 Desain Grafis	7
2.2.2 Komunikasi.....	8
2.2.3 Desain Komunikasi Visual	10
2.2.4 Elemen Desain	10
2.2.5 Prinsip Desain	13
2.2.6 Brand Identity	14
2.2.7 Identitas Visual	15
2.2.8 Semiotika	16
2.2.9 Prinsip Gestalt.....	17
2.2.10 Logo	19

2.2.11 Tagline	24
2.2.12 <i>Graphic Standard Manual</i>	25
2.2.13 Perguruan Tinggi	25
2.2.14 Gen Z	26
2.2.15 Institut Citra Buana Indonesia	27
2.2.16 Proses Pembuatan Logo	29
2.3 Teori Pendukung	30
2.3.1 Warna	30
2.3.2 Psikologi Warna	33
2.3.3 Tipografi	34
2.3.4 Tata letak (<i>Layout</i>)	37
2.3.5 Media Promosi	38
2.3.6 <i>Sign System</i>	39
2.3.7 Fotografi	41
2.4 Ringkasan Teori	41
2.5 Kerangka Berpikir	43
BAB III METODOLOGI DESAIN	44
3.1 Sistematika Perancangan	44
3.2 Metode Pencarian Data	45
3.2.1 Wawancara	45
3.2.2 Observasi	46
3.2.3 Studi Literatur	46
3.3 Analisis Data	46
1. Hasil Wawancara	46
3.4 Kesimpulan Hasil Analisa	56
3.5 Pemecahan Masalah	56
BAB IV STRATEGI KREATIF	57
4.1 Pendekatan Komunikasi	57
4.2 Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning	60
4.3 Analisa Pesaing	62
4.4 Analisa SWOT	66
4.5 <i>Moodboard</i>	68

4.6 Identitas Utama <i>Brand</i>	68
4.7 Konsep Kreatif.....	72
4.8 Konsep Visual	72
4.9 <i>Tone and Manner</i>	76
4.10 <i>Making Brand Mark Process</i>	77
4.11 Filosofi Logo	90
4.12 Deskriptor dan Brand Fix	92
4.13 Tata Letak dan Aplikasi.....	92
4.14 Konsep Verbal	93
4.15 Konsep Perancangan	94
4.16 Penerapan Desain	96
BAB V PENUTUP.....	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	116