

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	18
DAFTAR LAMPIRAN	19
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	3
1.4.2 Manfaat Secara Praktisi	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Identitas Visual	5
2.2 Elemen Identitas Visual	5
2.2.1 Nama	5
2.2.2 Tagline	7
2.2.3 Logo	8
2.2.4 Warna	12
2.2.5 Tipografi	15
2.3 Desain Komunikasi Visual	17
2.4 Graphic Standard Manual	20
2.5 Segmentasi, Targeting & Positioning	20
2.2.6 Segmentasi	21
2.2.7 Targeting	21
2.2.8 Positioning	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Sistematika Perancangan	23
3.1.1 Kerangka Berpikir Perancangan	23
3.1.2 Kerangka Desain	24
3.1.3 Proses Perancangan	25
3.2 Metode Pencarian Data	25

3.3	Hasil Pengumpulan Data	27
3.3.1	Wawancara	27
3.4	Studi Literatur	29
3.4.1	Nama Perusahaan	29
3.4.2	Profil Perusahaan	30
3.5	Studi Kompetitor	33
3.5.1	Nama Perusahaan	33
3.5.2	Profil Perusahaan	34
3.6	Analisis Data	37
3.6.1	Analisis Data Wawancara	37
3.6.2	Analisis Data Observasi	42
3.6.3	Analisis Logo Perusahaan Dan Kompetitor	44
3.6.4	Analisis Media	46
3.6.5	Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> (SWOT)	47
3.7	Kesimpulan Analisis & Pemecahan Masalah	48
3.7.1	Kesimpulan Hasil Analisis	48
3.7.2	Pemecahan Masalah	49
BAB IV STRATEGI KREATIF		51
4.1	Strategi	51
4.1.1	Strategi Pesan	51
4.1.1.1	<i>Key Message</i>	51
4.1.1.2	<i>Main Message</i>	53
4.1.1.3	<i>Brand Message</i>	53
4.1.1.4	<i>Brand Positioning</i>	53
4.1.1.5	<i>Brand Value</i>	53
4.1.1.6	<i>Brand Promise</i>	54
4.1.2	Strategi Kreatif	54
4.1.2.1	5W + 1H	54
4.1.2.2	<i>Unique Selling Proposition</i>	55
4.1.2.3	<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	55

4.1.2.4	<i>Valuable Word</i>	56
4.1.3	Strategi Visual	57
4.1.3.1	<i>Tone and Manner</i>	57
4.1.3.2	<i>Bentuk Visual</i>	58
4.1.3.3	<i>Warna</i>	61
4.1.3.4	<i>Typography</i>	61
4.1.3.5	<i>Fix Logo</i>	63
4.1.3.6	<i>Layout</i>	64
4.1.3.7	<i>Komposisi</i>	65
4.1.3.8	<i>Tagline</i>	66
4.1.3.9	<i>Visual Utama</i>	66
4.1.3.10	<i>Visual Pendukung</i>	67
4.1.4	Strategi Media	67
4.2	Penerapan Desain	68
4.2.1	<i>Stationary</i>	68
4.2.1.1	Kartu Nama	68
4.2.1.2	Kop Surat	69
4.2.1.3	Amplop	71
4.2.1.4	Struk	72
4.2.1.5	Stempel	74
4.2.2	<i>Packaging</i>	75
4.2.2.1	Cup Coffee	75
4.2.2.2	Plastik	77
4.2.3	<i>Corporate Design</i>	78
4.2.3.1	Company Profile	78
4.2.3.2	Apron	80

4.2.3.3 Stiker	81
4.2.4 <i>Media Promosi</i>	82
4.2.4.1 X-Banner	83
4.2.4.2 Poster	84
4.2.4.3 Flyer	86
4.2.4.4 Sosial Media	87
4.2.4.5 Menu	90
4.2.5 <i>Merchandise</i>	91
4.2.5.1 T-Shirt	91
4.2.5.2 Payung	93
4.2.6 <i>Sign</i>	94
4.2.6.1 Neon Box	94
4.2.7 Graphic Standart Manual	95
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan dan Saran	98
5.1.1 Kesimpulan	98
5.1.2 Saran	98
Daftar Pustaka	100
LAMPIRAN	101