

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	19
1.1 Latar Belakang.....	19
1.2 Identifikasi Masalah.....	21
1.3 Rumusan Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya.....	22
1.5.2 Bagi Peneliti.....	22
1.5.3 Bagi Pemerintah.....	22
1.5.4 Bagi Pihak Lain.....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TINJAUAN UMUM	24
2.1 Tinjauan Pustaka.....	24
2.2 Tinjauan Teori Utama.....	27
2.2.1 Identitas Visual.....	27
2.2.2 <i>Branding</i>	28
2.2.3 <i>City Branding</i>	28
2.2.3.1 Stakeholder.....	28

2.3	Tinjauan Teori Pendukung	29
2.3.1	<i>Brand Identity</i>	30
2.3.2	<i>Brand Guidelines</i>	30
2.3.3	Desain Grafis	31
2.3.3.1	Elemen Desain	31
2.3.3.2	Prinsip Desain	36
2.3.3.3	Tipografi	39
2.3.3.4	Tata letak	41
2.3.4	<i>Design Thinking</i>	41
2.3.5	Logo	43
2.3.6	<i>Tagline</i>	46
2.3.7	<i>Signage</i>	46
2.3.8	<i>Supergraphic</i>	46
2.3.9	Psikologi Warna	47
2.3.10	Komunikasi	48
2.3.10.1	Brand Kultural	48
2.3.11	Kabupaten Magelang	49
2.4	Kerangka Berpikir	49
BAB III METODOLOGI DESAIN		51
3.1	Rancangan Penelitian	51
3.2	Jenis Penelitian	52
3.3	Lokasi Penelitian	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data	53
3.5	Hasil Pengumpulan Data	54
3.5.1	Wawancara	54
3.5.1.1	Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang	54
3.5.1.2	Dinas Kebudayaan Kabupaten Magelang	56
3.5.1.3	Pengrajin Batik Tulis di Kabupaten Magelang	58
3.5.1.4	Pengrajin Kriya di Kabupaten Magelang	59
3.5.1.5	Pelaku Wisata di Kabupaten Magelang	61
3.5.2	Studi Literatur	62

3.5.2.1	Profil Kabupaten Magelang	62
3.5.2.2	Kondisi Geografis Kabupaten Magelang	68
3.5.2.3	Wisata di Kabupaten Magelang	71
3.5.3	Observasi	76
3.5.3.1	Wisata Alam	76
3.5.3.2	Wisata Buatan	77
3.5.3.3	Wisata Budaya	79
3.5.3.4	Wisata Kerajinan	81
3.5.3.5	Wisata Kuliner	82
3.5.3.6	Wisata Minat Khusus	87
3.5.3.7	Signage dan Wayfinding	88
3.5.3.8	Fasilitas Kabupaten Magelang	90
3.5.3.9	Website dan Media Sosial Kabupaten Magelang	93
3.5.4	Studi Komparatif	96
3.6	Teknik Analisa Data	100
3.7	Hasil Analisa Data	100
3.7.1	Analisa Hasil Wawancara	100
3.7.2	Analisa Hasil Observasi	101
3.7.3	Analisa Hasil Studi Komparatif	102
3.7.4	Analisa Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	105
3.7.5	Analisa SWOT	106
3.8	Kesimpulan Hasil Analisis	108
3.9	Pemecahan Masalah	109
BAB IV	STRATEGI KREATIF	110
4.1	Konsep Karya	110
4.1.1	Strategi Komunikasi	110
4.1.2	Strategi Media	110
4.1.2.1	Jenis Media	110
4.1.3	Konsep Kreatif	111
4.1.3.1	Tone & Manner	111
4.1.3.2	Valuable Words	112

4.1.3.3	Key Words	113
4.1.3.4	Key Message	113
4.1.3.5	Brand Positioning	114
4.1.3.6	Brand Value	114
4.1.3.7	Brand Promise	114
4.1.4	Konsep Visual	115
4.1.4.1	Logo	115
4.1.4.2	Warna	119
4.1.4.3	Tipografi	119
4.1.4.4	Logo Fix	121
4.1.4.5	Filosofi Logo	125
4.1.4.6	Supergraphic	126
4.1.4.7	Fotografi	127
4.1.4.8	Ikon	128
4.1.4.9	Tata Letak	129
4.1.5	Konsep Verbal	130
4.1.5.1	Tagline	130
4.2	Final Art	130
4.2.1	Media Utama	130
4.2.1.1	Graphic Standard Manual (GSM)	130
4.2.2	Media Pendukung	132
4.2.2.1	Stationary Design	132
4.2.2.2	Corporate Design	133
4.2.2.3	Signage System	134
4.2.2.4	Media Promosi	135
4.2.2.5	Merchandise	136
4.2.2.6	Brand Activation	137
BAB V PENUTUP		139
5.1	Kesimpulan	139
5.2	Saran	139
DAFTAR PUSTAKA		1

