

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	vii
SURAT PERNYATAAN.....	ix
ABSTRACT.....	xi
RINGKASAN.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.1.5 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	5
2.1.1 <i>Brand Image</i> dan <i>Corporate Identity</i>	5
2.1.2 Logo.....	5
2.1.2.1 Tujuan Logo.....	6
2.1.2.2 Fungsi Logo.....	7
2.2 <i>Brand Identity</i>	7
2.3 <i>Brand Positioning</i>	7
2.4 <i>Brand Awareness</i>	7
2.5 <i>Brandmarks</i>	7
a. <i>Sequence of Cognition</i>	
2.6 <i>Characters</i>	14
2.7 <i>Look and Feel</i>	14
BAB III METODOLOGI DESAIN.....	15
3.1 Sistematika Perancangan.....	17

3.1.2	Penelitian Objek	17
3.2	Metode Penelitian	17
3.3	Paparan Data	17
3.3.1	Wawancara.....	18
3.3.2	Studi Literatur.....	18
3.3.2.1	Sejarah Perusahaan	18
3.3.2.2	Potensi Perusahaan	19
3.3.2.3	<i>Graphic Standard Manual (GSM) Gojek</i>	20
3.4.	Studi Kompetitor	23
3.4.1	Studi Kompetitor PT Teknologi Kartu Indonesia	23
3.4.2	Studi Kompetitor Sevima	24
3.5	Observasi.....	25
3.6	Analisa Data.....	25
3.6.1	Analisa Data Wawamcara	25
3.6.2	Analisa Data Studi Literatur.....	26
3.6.3	Analisa Data Observasi.....	27
3.6.4	<i>Analisa Strength, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT)</i>	27
3.7	Kesimpulan Hasil Analisis dan Pemecahan Masalah	28
3.7.1	Kesimpulan Hasil Analisis	28
3.7.1	Pemecahan Masalah.....	28
BAB IV ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN		29
4.1	Analisis Permasalahan	29
4.1.1	Analisis SWOT.....	29
4.2	Strategi.....	29
4.2.1	Strategi Komunikasi	32
4.2.1.1	Strategi Komunikasi AISAS	32
4.2.1.2	Strategi Media	33
4.2.2	Strategi Pesan.....	33
4.2.2.1	Valuable Word.....	34
4.2.2.2	Key Message.....	35
4.2.2.3	Main Message	36
4.2.2.4	Brand Message	36
4.2.3	Strategi Kreatif.....	37

4.2.3.1	5W + 1H	37
4.2.3.2	<i>Unique Selling Position</i>	37
4.2.3.3	Segmentasi, Targeting & Positioning	38
4.2.4	Strategi Visual	39
4.2.4.1	Tone and Manner	39
4.2.4.2	Bentuk Visual	39
4.2.4.3	Warna	41
4.2.3.4	Tipografi	42
4.2.3.5	Logo Terpilih	42
4.2.3.6	Layout	44
4.2.3.7	Icon	45
4.2.3.8	Supergrafis	45
4.2.3.9	Logo Lockup	46
4.3	Penerapan Desain	48
BAB V	51
4.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	51
Daftar Pustaka	53