

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 LatarBelakang .....	1
1.2 RumusanMasalah .....	9
1.3 BatasanMasalah.....	9
1.4 TujuanPerancangan .....	9
1.5 ManfaatPerancangan.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Perusahaan Eka Proma.....	14
2.3 <i>Corporate Identity</i> .....	15
2.4 Logo.....	16

	Halaman
2.5 Redesain Logo.....	17
2.6 Warna.....	18
2.7 Tipografi .....	23
2.8 Teknik Promosi .....	24
2.9 Branding dalam ranah <i>Business to Business</i> .....	26
<b>BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA.....</b>	<b>29</b>
3.1 Metodologi Penelitian.....	29
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3 Teknik Analisis Data.....	32
3.4 Hasil dan Analisis Data.....	33
3.5 Analisis Kompetitor.....	40
3.6 SWOT .....	43
3.7 <i>Unique Selling Proposition</i> (USP).....	46
3.8 <i>Keyword</i> .....	46
3.9 Deskripsi konsep.....	48
3.10 Konsep Perancangan.....	49
3.11 Perencanaan Kreatif.....	50
3.11.1 Tujuan Kreatif.....	50
3.11.2 Strategi Kreatif.....	51
3.12 Perencanaan Media.....	64
3.12.1 Tujuan Media.....	64
3.12.2 Strategi Media.....	65

	Halaman
3.12.3 Alternatif Desain .....	65
<b>BAB IV IMPLEMENTASI KARYA</b> .....	<b>77</b>
4.1 Implementasi Media .....	77
4.2 Graphic Standart Manual .....	90
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>95</b>

