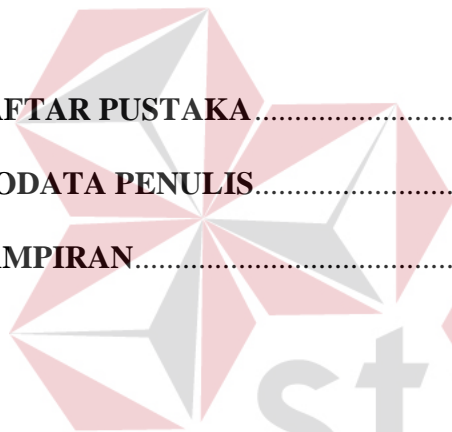


# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Perancangan.....	7
1.5 Manfaat Perancangan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Memperluas Segmentasi Pasar.....	9
2.2 Perancangan .....	9
2.2.1 Branding .....	10
2.2.2 Peran Branding.....	10
2.2.3 Corporate Visual Identity.....	12
2.2.4 Logo.....	13
2.2.5 Layout .....	15
2.2.6 Tipografi.....	16
2.2.7 Keyword/Konsep .....	20
2.2.8 Warna .....	20

2.3 Metode Penelitian.....	21
2.3.1 Metode Penelitian Kualitatif .....	21
2.3.2 Analisis Data .....	22
2.4 Strategi Pemasaran.....	22
2.5 Segmentastion, Targeting, Positioning .....	24
2.6 Kerangka Teori .....	31
2.7 Kerangka Berpikir.....	32
<b>BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA .....</b>	<b>33</b>
3.1 Prosedur Perancangan .....	33
3.2 Metodologi Penelitian .....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	38
3.5.1 Analisis Data Wawancara .....	39
3.5.2 Studi Eksisting .....	40
3.5.3 Analisis Studi Eksisting .....	63
1. Analisis Perusahaan .....	65
2. Analisis Kompetitor.....	71
3.6 Keyword.....	73
3.6.1 Perancangan Keyword .....	74
3.7 Proses Pencarian Warna.....	78
3.8 Gagasan Perancangan Karya .....	80
3.9 Konsep Perancangan .....	82
3.10 Konsep Visual .....	83

3.11 Perancangan Karya .....	86
<b>BAB IV IMPLEMENTASI KARYA .....</b>	<b>104</b>
4.1 Pedoman Sistem Identitas.....	104
4.2 Standar Desain.....	112
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>126</b>
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran.....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>128</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>



INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA  
**stikom**  
SURABAYA