

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.1.1. Peluang Bisnis.....	1
1.1.2. Target Konsumen.....	2
1.1.3. Problem Yang Dihadapi	3
1.1.4. Kompetitor Potensial Bisnis	3
1.1.5. Strategi Visual Kompetitor Bisnis	7
1.1.6. Strategi Yang Diadaptasi.....	7
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Perancangan	8
1.4. Spesifikasi Perancangan.....	8
1.5. Manfaat Perancangan	9
1.6. Batasan Perancangan.....	9
1.7. Definisi Istilah	9
1.8. Metode Perancangan	10
Bab II Tinjauan Pustaka.....	11
2.1. Sumber Pustaka	11
2.2. Hasil Tinjauan Pustaka.....	12
2.2.1. <i>Brand</i>	12
2.2.2. <i>Brand Identity</i>	13
2.2.3. Promosi dan Media Promosi.....	14
2.2.3. <i>Brand Awareness</i>	17
Bab III Perancangan	19
3.1. Strategi Komunikasi Visual	19
3.2. Konsep Perancangan	20
3.3 Konsep Gaya Desain.....	21
3.3.1 Logo.....	23
3.3.2 Typografi	23
3.3.3 Arahan fotografi.....	24

3.3.4	Palet warna.....	25
3.3.5	Layout.....	25
3.2.2	Strategi Media.....	26
3.2.3	Target Audience dan Touchpoint Media.....	31
3.2.4	Biaya Media.....	34
3.3.	Uji Coba Prototype Desain.....	34
3.3.1.	Layout Komprehensif.....	35
3.3.2.	Strategi Uji Coba.....	43
3.3.3.	Instrumen Pengumpulan Data.....	44
Bab IV	Hasil Pengembangan.....	49
4.1.	Penyajian Data Uji Coba (Hasil Penggalan Data Kualitatif & Kuantitatif).....	49
4.1.1.	Data Kualitatif.....	49
4.1.1.	Visualisasi Desain.....	49
4.1.1.	Pemilihan Media Promosi.....	50
4.1.1.	Review Produk Kopi.....	51
4.1.1.	Review Prototype.....	52
4.1.1.	Kesan Pemilihan Media Promosi.....	52
4.1.1.	Media Yang Digunakan Untuk Berbelanja.....	52
4.1.1.	Strategi Komunikasi.....	53
4.1.2.	Data Kuantitatif.....	54
4.2.	Analisis Data (kesimpulan hasil analisa penggalan data).....	58
4.3.	Revisi Produk (Final Design).....	58
4.3.1	Packaging.....	58
4.3.2	Brosur Catalog.....	59
4.3.3.	Ads Instagram.....	60
4.3.4	Gift Voucher.....	61
4.3.5	Super Graphic.....	62
4.3.6	Kop Surat.....	62
4.3.7	Envelope.....	63
4.3.8	Kartu Nama.....	64
4.3.9	Invoice.....	65
Bab V	Penutup.....	66
5.1.	Kajian Produk yang Telah Direvisi.....	66
5.2.	Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut.....	76
	Daftar pustaka.....	77

DAFTAR TABEL

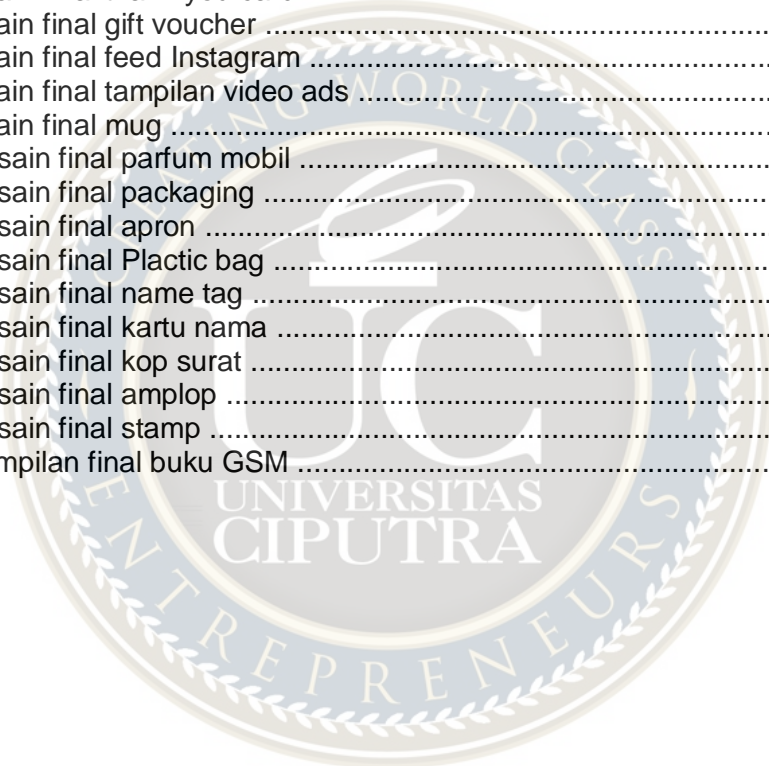
3.1 Pemilihan Media	33
3.2 Anggaran Belanja Desain	34
3.3 Instrument wawancara	45
4.1. Wawancara Expert User	49
4.2. Wawancara Expert User	49



DAFTAR GAMBAR

1.0.1 Produk cold brew dan feeds Instagram Uncle Jay.....	3
1.0.2. Produk cold brew dan feeds Instagram Tanamera	4
1.0.3 Produk cold brew dan feeds Instagram Janji Jiwa	6
1.0.4. Metode Perancangan.....	10
2.1 Piramida Kesadaran Merek	18
3.1 Contoh Moodboard	22
3.2 Contoh Moodboard Logo	23
3.3 Font A Pompadour	24
3.4 Contoh Moodboard Arahan Fotografi	24
3.5 Contoh Moodboard Palet Warna	25
3.6 Contoh Moodboard Layout	26
3.7 Tight Tissue Kartu Nama	35
3.8 Tight Tissue Kop Surat	35
3.9 Tight Tissue Amplop	36
3.10 Tight Tissue Stempel	37
3.11 Tight Tissue Invoice	37
3.12 Tight Tissue Apron	38
3.13 Tight Tissue Packaging	38
3.14 Tight Tissue Name Tag	39
3.15 Tight Tissue Plastic Bag	39
3.16 Tight Tissue Instagram Feed	40
3.17 Tight Tissue Instagram Ads	40
3.18 Tight Tissue Poster Diskon	41
3.19 Tight Tissue Poster Digital	41
3.20 Tight Tissue Brosur Katalog	42
3.21 Tight Tissue Gift Voucher	42
3.22 Tight Tissue Thankyou Card	43
4.1 Validasi terhadap seringnya membeli minuman online	54
4.2 Media sosial yang digunakan untuk melihat produk kopi	54
4.3 Media sosial yang diminati untuk melihat promo	55
4.4 Respon terhadap ketertarikan terhadap voucher diskon	55
4.5 Respon terhadap ketertarikan dan kejelasan pesan terhadap poster digital	56
4.6 Respon terhadap ketertarikan dan kejelasan pesan terhadap mini banner.....	56
4.7 Respon terhadap ketertarikan dan kejelasan pesan terhadap konten instagram	57
4.8 Respon terhadap ketertarikan terhadap merchandise	57
4.9 Packaging sebelum revisi	59
4.10 Packaging sesudah revisi	59
4.11 Brosur sebelum revisi	59
4.12 Brosur sesudah revisi	60
4.13 Ads sebelum revisi	60
4.14 Video Ads sesudah revisi	61
4.15 Voucher sebelum revisi	61
4.16 Voucher sesudah revisi	61
4.17 Supergraphic baru	62

4.18 Kop surat sebelum revisi	62
4.19 Kop surat sesudah revisi	63
4.20 Envelope sebelum revisi	63
4.21 Envelope sesudah revisi	63
4.22 Kartu nama sebelum revisi	64
4.23 Kartu nama sesudah revisi	64
4.24 Invoice sebelum revisi	65
4.25 Invoice sesudah revisi	65
5.1 Desain final logo	66
5.2 Desain final poster digital	66
5.3 Desain final poster diskon	67
5.4 Desain final brosur katalog	67
5.5 Desain final thank you card	68
5.6 Desain final gift voucher	68
5.7 Desain final feed Instagram	69
5.8 Desain final tampilan video ads	69
5.9 Desain final mug	70
5.10 Desain final parfum mobil	70
5.11 Desain final packaging	71
5.12 Desain final apron	71
5.13 Desain final Plactic bag	72
5.14 Desain final name tag	72
5.15 Desain final kartu nama	73
5.16 Desain final kop surat	73
5.17 Desain final amplop	74
5.18 Desain final stamp	74
5.19 Tampilan final buku GSM	75



DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip 1 Wawancara Expert User – Designer.....	79
Transkrip 2 Wawancara Expert User – Pakar Branding.....	84
Transkrip 3 Wawancara Expert User – Fotografer.....	86
Transkrip 4 Wawancara Extreme User.....	91
Transkrip 5 Wawancara Extreme User.....	95
Transkrip 6 Wawancara Extreme User.....	98

