

Daftar Isi

KEPENTINGAN AKADEMIS	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran	viii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.1.1. Peluang Bisnis.....	1
1.1.2. Target Market	3
1.1.3. Permasalahan Perusahaan	4
1.1.4. Kompetitor Bisnis.....	4
1.1.5. Strategi Komunikasi Visual Kompetitor	6
1.1.6. Strategi Visual Kompetitor sebagai Solusi Permasalahan Bisnis	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	10
1.8. Metode Perancangan	11
Bab II Tinjauan Pustaka	12
2.1. Sumber Pustaka.....	12
2.2. Hasil Tinjauan Pustaka	14
2.2.1. Home Décor	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Brand Activation, Brand Awareness dan Marketing	14
2.2.3. Endorsement	14
Bab III Perancangan Pengembangan.....	16
3.1. Strategi Komunikasi Visual	16
3.2. Konsep Perancangan	17
3.3 Konsep Gaya Desain.....	18
3.3.1. Color Palette.....	19

3.3.2. Layout.....	19
3.3.3. Tipografi	20
3.3.4. Gaya Ilustrasi.....	21
3.3.5. Gaya Fotografi.....	21
3.3.6. Booth / space.....	22
3.3.7. Strategi Media	22
3.3.8. Media Promosi.....	23
3.4. Target Audience dan Touchpoint Media	25
3.5. Biaya Media.....	26
3.6. Uji Coba Prototype Desain	28
3.6.1. Layout Komprehensif.....	28
3.6.2. Strategi Uji Coba.....	33
3.6.3. Instrumen Pengumpulan Data	34
Bab IV Hasil Pengembangan	35
4.1. Penyajian Data Uji Coba.....	35
4.1.1. Hasil Wawancara Expert User	35
4.1.2. Hasil Wawancara Extreme User	40
4.2. Analisis Data (kesimpulan hasil analisa penggalian data).....	43
4.3. Revisi Produk (Final Design)	44
Bab V Penutup	46
5.1. Kajian Produk yang Telah Direvisi	46
5.2. Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut	54
Daftar pustaka.....	56
Lampiran	58

Daftar Tabel

Tabel 1.8.1. Metode Perancangan	11
Tabel 3.4.1. Target Audiens dan Touchpoint Media	26
Tabel 3.5.1. Biaya Media.....	27
Tabel 3.6.1. Daftar Media	28
Tabel 3.6.3.1. Instrumen pengumpulan data	34
Tabel 4.1.2. Hasil Wawancara <i>Expert User</i>	39
Tabel 4.1.2. Hasil Wawancara <i>Extreme User</i>	43
Tabel 4.3. Revisi Produk	45



Daftar Gambar

Gambar 1.1.1. Logo dan Contoh Produk Pepakato	2
Gambar 1.1.4.1. Media Sosial Nu Art Merch	5
Gambar 1.1.4.2. Media Sosial Cutteristic	6
Gambar 1.1.4.3. Media Sosial Pepa Oki.....	18
Gambar 3.3.1. <i>Moodboard</i> Gaya Desain <i>psychedelic</i>	19
Gambar 3.3.1.1. Palet Warna Gaya Desain Pepakatto.....	20
Gambar 3.3.2.1. Refrensi Layout gaya desain Pepakatto.....	21
Gambar 3.3.3.1 Pemilihan <i>Typeface</i> Pepakatto	29
Gambar 3.6.1.1. Instagram <i>Feeds</i>	29
Gambar 3.6.1.2. Instagram <i>Story</i>	30
Gambar 3.6.1.3. Instagram <i>Ads – Feeds</i>	30
Gambar 3.6.1.4. Instagram <i>Ads – Story</i>	31
Gambar 3.6.1.5. <i>Activation Event Logo</i>	31
Gambar 3.6.1.6. Tote bag	32
Gambar 3.6.1.7. MDF pin	32
Gambar 3.6.1.8. <i>Booth</i> Pameran.....	33
Gambar 3.6.1.9. <i>Workshop</i>	33
Gambar 5.1.1. <i>Activation Event Logo</i>	46
Gambar 5.1.2. <i>Activation GSM: Logo Details, Logo Philosophy</i>	46
Gambar 5.1.3. <i>Activation GSM: Minimum Clear Space Protection, Minimum Size</i>	47
Gambar 5.1.4. <i>Activation GSM: Logo Misuse</i>	47
Gambar 5.1.5. <i>Activation GSM: Colour Variations</i>	48
Gambar 5.1.6. <i>Stationary: Business Card</i>	48
Gambar 5.1.7. <i>Stationary: Letterhead</i>	49
Gambar 5.1.8. <i>Stationary: Envelopes</i>	49
Gambar 5.1.9. <i>Application design : Booth</i>	50
Gambar 5.1.10. <i>Application design : Workshop</i>	50
Gambar 5.1.11. <i>Application design : Social Media – Instagram Feeds</i>	51
Gambar 5.1.12. <i>Application design : Social Media – Instagram Stories</i>	52
Gambar 5.1.13. <i>Application design : Social Media – Instagram Ads</i>	52
Gambar 5.1.14. <i>Giveaway promotional item: Tote Bag</i>	53
Gambar 5.1.15. <i>Giveaway promotional item: MDF pin</i>	53

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Screenshot Wawancara Expert User: David Winarta	58
Lampiran 2. Screenshot Wawancara Expert User: Jessica Diana Kartika	60
Lampiran 3. Screenshot Wawancara Expert User: Evi Pringgodigdo	61
Lampiran 4. Screenshot Focus Group Discussion Extreme Users	63

