

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	7
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan perancangan.....	8
1.4. Batasan Lingkup Perancangan.....	9
1.5. Manfaat Perancangan.....	9

1.6.	Metode Perancangan.....	10
1.7.	Jadwal Pelaksanaan.....	14
II.	IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	15
2.1.	Landasan Teori	
2.1.1	Pengertian Judul.....	15
2.1.2	Pembahasan Teori.....	17
2.2.	Tinjauan Tentang Perusahaan	
2.2.1	Nama Jasa.....	34
2.2.2	Nama Perusahaan.....	34
2.2.3	Spesifikasi Jasa.....	35
2.2.4	USP Jasa.....	36
2.2.5	Posisi Produk.....	36
2.2.6	Harga Produk atau Jasa.....	37
2.3.	Analisis Pemasaran.....	38
2.3.1	<i>Market Positioning</i>	38
2.3.2	<i>Potential Market</i>	38
2.3.3	Kompetitor.....	39
2.4.	Analisis	
2.4.1	Analisis STP.....	40
2.4.2	Analisis SWOT.....	42
2.4.3	Analisis USP.....	44

2.5. Kesimpulan Market Analisis.....	45
III. METODE PERANCANGAN	
3.1 Konsep Pemasaran.....	46
3.1.1 Tujuan Konsep Pemasaran.....	47
3.1.2 Manfaat Konsep Pemasaran.....	47
3.1.3 Strategi Pemasaran.....	48
3.2 Model Perancangan.....	51
3.3 Prosedur Perancangan.....	54
3.4 Data Perancangan.....	56
3.5 Analisa Data.....	57
3.6 Konsep Perancangan.....	70
3.6.1 Logo.....	70
3.6.2. <i>GSM Book</i>	72
3.6.3 <i>Stationery</i>	73
3.6.4 <i>Merchandise</i>	75
3.6.5 Seragam.....	75
3.6.6 Kendaraan.....	75
3.7 Promosi	
3.7.1 Brosur.....	76
3.7.2 Umbul-umbul.....	76
3.7.3 Akun jejaring sosial.....	77

3.7.4	Poster.....	77
3.7.5	Even.....	78
3.8	<i>Media Placement</i>	79
3.9	Estimasi Biaya.....	80
IV. VISUALISASI		
4.1. Rujukan visual		
4.1.1.	Identitas Perusahaan.....	82
4.1.2.	<i>Stationery</i>	85
4.1.3.	Kendaraan.....	87
4.1.4.	Seragam.....	88
4.1.5. Media promosi		
4.1.5.1.	Brosur.....	89
4.1.5.2.	Umbul-umbul atau <i>T banner</i>	92
4.1.5.3.	Poster.....	93
4.2.	<i>Graphic Standard Manual Book (GSM Book)</i>	97
V. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan.....	98
5.1.1.	Berdasarkan teori marketing.....	98
5.1.2.	Berdasarkan hasil angket dan wawancara.....	99
5.1.3.	Berdasarkan teori <i>design branding</i>	100

5.2. Final design

5.2.1. Identitas perusahaan

5.2.1.1. Logo.....101

5.2.1.2. *Tagline*.....103

5.2.2. *GSM Book*.....104

5.2.3. Stationery

5.2.3.1. Kepala surat.....106

5.2.3.2. Kartu nama.....107

5.2.3.3. Nota pembelian.....107

5.2.3.4. Amplop.....108

5.2.3.5. Formulir.....109

5.2.3.6. Stofmap.....110

5.2.4. Kendaraan.....110

5.2.5. Seragam.....112

5.2.6. Media promosi

5.2.6.1. Brosur.....113

5.2.6.2. Umbul-umbul atau *T-Banner*.....114

5.2.6.3. Poster seminar.....115

5.2.6.4. Poster *dog fashion show*.....116

5.2.6.5. Poster promo *Christmas Day*.....117

5.2.6.6. Poster promo *earth day*.....118

5.2.7. Akun jejaring sosial.....	119
5.2.8. <i>Merchandise</i>	120
5.3.Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN	123

