

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
1.1 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Studi Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan .....	6
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Skematika Perancangan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA.....	13
2.1 Landasan Teori Seni Rupa .....	13
2.1.1. Teori Komunikasi .....	14
2.1.2. Strategi Publikasi .....	15
2.1.3. Warna dalam Teori Kajian Seni Rupa dan Desain .....	16
2.1.4. Semiotika Visual dalam Teori Komunikasi Visual .....	18
2.1.5. Figure of Speech dalam Teori Komunikasi Visual .....	19
2.1.6. Aspek Kultural .....	21
2.1.7. Strategi Desain: Eksplorasi Sejarah dan Desain Hero .....	22
2.1.8. Aliran Gaya Desain dalam Teori Desain Visual.....	31
2.1.9. Tinjauan Unsur dan Prinsip Desain .....	39
2.1.10. Tinjauan Ilustrasi pada Media Publikasi .....	51
2.1.11. Tinjauan Tipografi pada Media Publikasi .....	52
2.1.12. Aspek Kajian Dalam Desain .....	55

2.2	Analisa Data.....	62
2.2.1.	Provinsi Lampung .....	63
2.2.2.	Institusi Pemerintahan.....	72
2.2.3.	Pemerintah Daerah .....	73
2.2.4.	Gambaran Institusi .....	74
2.2.5.	Kondisi Media Komunikasi Visual.....	76
2.2.6.	Data Kompetitor .....	78
2.2.7.	SWOT.....	79
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN RE-BRANDING KABUPATEN WAY</b>		
	<b>KANAN .....</b>	<b>81</b>
3.1	Strategi Media.....	81
3.1.1.	Tujuan Media .....	81
3.1.2	Implementasi Media .....	81
3.1.3	Pemilihan Media.....	82
3.2	Konsep Kreatif.....	87
3.2.1	Brand Positioning .....	88
3.2.2	Brand Value .....	89
3.2.3	Big Idea .....	91
3.2.4	Brand Story .....	92
3.2.5	Mood and Feel .....	93
3.2.6	Keyword .....	94
3.2.7	Strategi Kreatif.....	94
3.2.8	Program Kreatif .....	127
3.2	Konsep Komunikasi.....	129
3.2.1	Tujuan Komunikasi .....	130
3.2.2	Strategi Komunikasi.....	130
3.3	Perencanaan Biaya.....	135
3.3.1	Produksi.....	135
3.3.2	Promosi.....	136
<b>BAB IV DESAIN DAN APLIKASI.....</b>		
	<b>137</b>	
4.1	Penerapan Identitas Visual.....	137
4.1.1	Logo Component and Grid.....	137
4.1.2	Clear Space .....	138

4.1.3	Logo Configuration .....	138
4.1.4	Logo Scalling .....	139
4.1.5	Incorrect Uses .....	140
4.1.6	Color Standards .....	141
4.2	Collateral Design .....	142
4.2.1	Letterhead.....	143
4.2.2	Envelope.....	144
4.2.3	Business Card .....	145
4.2.4	ID Card .....	145
4.2.5	Lanyard.....	146
4.2.6	Stamp .....	147
4.3	Merchandise .....	147
4.3.1	T-shirt .....	147
4.3.2	Sticker.....	148
4.3.3	Totebag .....	148
4.3.4	Mug.....	149
4.3.5	Pen .....	149
4.3.6	Notebook .....	150
4.4	Digital Publications.....	150
4.4.1	Website .....	150
4.4.2	Mobile Web .....	151
4.4.3	Website Ads .....	152
4.4.4	Facebook Page .....	153
4.4.5	Instagram (Feed).....	154
4.4.6	Instagram (Stories) .....	155
4.5	Manual Publications.....	155
4.5.1	Poster .....	155
4.5.2	Flyer.....	156
4.5.3	Brochure .....	157
4.5.4	Calender.....	157
4.5.5	Billboard.....	158
4.5.6	X-Banner .....	158
BAB V PENUTUP .....		159

5.1 Kesimpulan .....	159
5.2 Saran .....	161
5.2.1 Saran Untuk Institusi .....	161
5.2.2 Saran Untuk Masyarakat .....	161
DAFTAR PUSTAKA .....	162
LAMPIRAN-LAMPIRAN	