

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tampak luar dari butik BajuKu	25
Gambar 3.2 Sebagian pakaian wanita butik BajuKu	26
Gambar 3.3 Sebagian pakaian pria butik BajuKu	26
Gambar 3.4 Display sepatu butik BajuKu	26
Gambar 3.5 Display tas wanita butik BajuKu	26
Gambar 3.6 Display Carla Gallery	30
Gambar 3.7 Display Carla Gallery (2)	30
Gambar 3.8 Display sepatu Carla Gallery.....	30
Gambar 3.9 Pakaian wanita Carla Gallery.....	30
Gambar 4.1 Logo butik BajuKu	36
Gambar 4.2 Kartu Nama Butik BajuKu	40
Gambar 4.3 Kartu Nama Butik BajuKu dengan <i>contact person</i>	40
Gambar 4.4 Tag Pakaian Butik BajuKu.....	41
Gambar 4.5 <i>Shopping Bag</i> Butik BajuKu.....	41
Gambar 4.6 Voucher Diskon Butik BajuKu.....	42
Gambar 4.7 Iklan Majalah Butik BajuKu.....	42
Gambar 4.8 Iklan Majalah Butik BajuKu (2)	43
Gambar 4.9 <i>Billboard</i> Butik BajuKu.....	43
Gambar 4.10 <i>Leaflet</i> Butik BajuKu.....	44
Gambar 4.11 <i>Website</i> Butik BajuKu <i>Home</i>	44
Gambar 4.12 <i>Website</i> Butik BajuKu <i>Home2</i>	45
Gambar 4.13 <i>Website</i> Butik BajuKu <i>Shopping Men</i>	45
Gambar 4.14 <i>Website</i> Butik BajuKu <i>Shopping Women</i>	46
Gambar 4.15 <i>Website</i> Butik BajuKu <i>About Us</i>	46
Gambar 4.16 <i>Website</i> Butik BajuKu <i>Contact</i>	47

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR ISI	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	
1.2.2 Permasalahan	
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5.1 Sumber Data	
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data	
1.5.3 Metode Analisis SWOT	
1.6 Skema Perancangan	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Mengenai <i>Corporate Identity</i>	6
2.2 Segmentasi, Targeting, Positioning	6
2.2.1 Segmentasi	
2.2.2 Targeting	
2.2.3 Positioning	
2.2.4 <i>Tagline</i>	
2.3 Tinjauan Mengenai Branding	7
2.3.1 Pengertian <i>Branding</i>	
2.3.2 Manfaat dan tujuan <i>Brand</i>	
2.3.3 Tujuan dari proses pembuatan <i>brand</i>	
2.3.4 Manajemen Brand	
2.4 Tinjauan Mengenai Logo	11
2.4.1 Definisi Logo	
2.4.2 Fungsi logo sebagai berikut	
2.4.3 Agar logo dapat menarik haruslah sesuai dengan kriteria	
2.4.4 Faktor yang harus di hindari dalam sebuah pembuatan logo	
2.4.5 Jenis jenis logo	
2.5 Tipografi	16
2.6 Tinjauan Mengenai Warna	17
2.6.1 Teori Mengenai Warna	
2.6.2 Psikologi Warna	

2.7 Tinjauan Mengenai Promosi	Definisi Promosi	20
2.7.1 Tujuan Promosi		
2.7.2 <i>Promotional Mix</i> / bauran promosi		
2.7.3 Strategi promosi		
2.8 Tinjauan Mengenai Periklanan		21
2.9 Definisi Butik		23

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	25
3.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	30
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	31

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	34
4.2 Analisis Pendekatan	35
4.2.1 <i>Corporate Identity</i>	
4.2.2 Promosi	
4.2.3 Tahapan	
4.3 Konsep Kreatif	35
4.3.1 Konsep Verbal	
4.3.2 Konsep Visual	
4.3.3 Konsep Media	
4.3.4 Hasil Karya	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46

DAFTAR PUSTAKA	48
----------------------	----

DAFTAR ISTILAH	49
----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN	50
-----------------------	----

SARAN DAN KOMENTAR PENGUJI	51
----------------------------------	----

DATA PRIBADI	52
--------------------	----

UCAPAN TERIMA KASIH	53
---------------------------	----

LAMPIRAN