

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	4
1.2.3. Ruang Lingkup Perancangan	4
1.3. Tujuan Perancangan	5
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
1.6. Skema Perancangan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. <i>Corporate Identity</i>	9
2.1.1. Pengertian <i>Corporate Identity</i>	9
2.1.2. Elemen Pengertian <i>Corporate Identity</i>	10
2.1.3. Mengefektifkan <i>Corporate Identity</i>	10
2.2. <i>Branding</i>	11
2.2.1. Pengertian <i>Branding</i>	11
2.2.2. Elemen <i>Brand</i>	12
2.2.3. Membangun <i>Branding</i>	13
2.3. Pengertian Promosi	13
2.4. Pemasaran	14
2.4.1. Unsur Utama Pemasaran	14
2.4.1.1. Unsur Strategi Persaingan.....	14
2.4.1.2. Unsur Taktik Pemasaran	15
2.4.1.3. Unsur Nilai Pemasaran	15
2.5. SWOT	15
2.5.1. Pengertian Analisis SWOT	15
2.5.2. Tujuan Analisis SWOT	16
2.5.3. Penjabaran Analisis SWOT	16
2.6. Psikologi Perilaku Konsumtif di kota Bandung	16

2.7.	Teori Mengenai Warna terhadap Perilaku dan Perasaan Manusia	17
------	---	----

BAB III DATA DAN ANALISIS RIT'S ICE CREAM CAFE 19

3.1.	Profil Rit's Ice Cream Cafe	19
3.1.1.	Sejarah Rit's Ice Cream Cafe	19
3.1.2.	Produk Rit's Ice Cream Cafe	19
3.2.	Kumpulan Hasil Data	20
3.2.1.	Data Wawancara dengan Pihak Rit/s Ice Cream Cafe	20
3.2.2.	Data Kuesioner	21
3.2.3.	Kompetitor terhadap Produk Sejenis	33
3.2.3.1.	I Scream for Ice Cream	33
3.2.3.2.	PT.Rasa	34
3.2.3.3.	Pisetta Italian Ice Cream	34
3.2.3.4.	Haagen-Dazs	35
3.2.3.5.	Baskin Robbins	35
3.3.	Analisis terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta	36
3.3.1.	SWOT Rit's Ice Cream Cafe.	36
3.3.2.	STP Rit's Ice Cream Cafe.....	37
3.3.2.1.	Segmenting.....	37
3.3.2.2.	Targeting.....	39
3.3.2.3.	Positioning.....	39
3.3.3.	Analisis Pemecahan Masalah Komunikasi Rit's Ice Cream Cafe.....	39

BAB IV PEMECAHAN MASALAH..... 41

4.1.	Konsep Komunikasi	41
4.2.	Konsep Kreatif.....	41
4.3.	Konsep Media.....	42
4.3.1.	Logo.....	42
4.3.2.	Media.....	42
4.3.2.1.	Media Perancangan.....	42
4.4.	Hasil Karya.....	46
4.4.1.	Re-Branding.....	46
4.4.1.1.	Logo.....	46
4.4.1.2.	Business Suite.....	52
4.4.1.3.	Invoice.....	56
4.4.1.4.	Menu Kafe.....	57
4.4.1.5.	Kemasan / Packaging.....	68
4.4.1.5.1.	Ice Cream Cake	68
4.4.1.5.2.	Ice Cream Cups	70
4.4.1.5.3.	Ice Cream Buckets	71

4.4.1.5.4.	Paper Bag	73
4.4.1.6.	Labelling Ice Cream	74
4.4.1.7.	Voucher Card	76
4.4.1.8.	Seragam	77
4.4.1.9.	Wall Design	78
4.4.1.10.	Freezer Es Krim	78
4.4.1.11.	Coolbox	79
4.4.1.12.	Tableware	79
4.4.1.13.	Kendaraan Delivery	80
4.4.1.14.	Reserved	81
4.4.1.15.	Nomor Meja	81
4.4.1.16.	Budgeting	82
4.4.2.	Promosi	83
4.4.2.1.	Karakter	83
4.4.2.2.	Poster	84
4.4.2.3.	X-Banner	85
4.4.2.4.	Website	86
4.4.2.5.	Umbul-Umbul	88
4.4.2.6.	Spanduk	89
4.4.2.7.	Invitation Launching	89
4.4.2.8.	Neon Box	90
4.4.2.9.	Flyer	91
4.4.2.10.	Flyer Meja	92
4.4.2.11.	Aplikasi	92
4.4.2.11.1.	Pin	92
4.4.2.11.2.	Pembatas Buku	93
4.4.2.11.3.	Gantungan Kunci	93
4.4.2.12.	Timeline	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		41
DAFTAR PUSTAKA		ix
SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI		x
DATA PENULIS		xi
LAMPIRAN		xiii