DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 2
I.4 Batasan Masalah 2
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3

BAB II. *BRAND IDENTITY* PASAR SUKAHAJI 4
II.1 Landasan Teori tentang *Brand Identity* 4
II.1.1 Definisi *Brand* 5
II.1.2 Identitas 6
II.2 Teori Pasar 9
II.2.1 Fungsi Pasar 9
II.3 Pasar Burung 10
II.3.1 Fungsi Pasar Burung 11
II.4 Objek Penelitian 11
II.4.1 Pasar Burung Sukahaji 11
II.4.2 Geografis 14

II.4.3 Luas Wilayah dan Jumlah Pedagang.....14
II.4.4 Visi dan Misi 15
II.5 Analisa (SWOT).....15
II.5.1 Analisa Internal 16
II.5.1.1 Kekuatan *(Strenght)*.....16
II.5.1.2 Kelemahan *(Weakness)* 16
II.5.2 Analisa Eksternal.....16
II.5.2.1 Peluang *(Opportunities)* 16
II.5.2.2 Ancaman *(Threat)* 17
II.5.3 Kesimpulan.....17
II.5.4 Analisa dan Usulan Desain.....17

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 19
III.1 Strategi Perancangan.....19
III.1.1 Tujuan Komunikasi.....19
III.1.2 Pendekatan Komunikasi.....20
III.1.3 Materi Pesan.....20
III.1.4 Gaya Bahasa.....20
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan.....21
III.1.5.1 Segmentasi 22
III.1.5.2 *Consumer Insight* 22
III.1.5.3 *Consumer Journey* 23
III.1.6 Strategi Kreatif.....25
III.1.7 Strategi Media 26
III.1.7.1 Media Utama.....27
III.1.7.2 Media Pendukung.....28
III.1.7.3 *Merchandise*.....29
III.1.8 Strategi Distribusi.....30
III.2 Konsep Visual 32
III.2.1 Format Desain 33

III.2.1.1 *Grid System* 35
III.2.1.2 Ukuran Logo 36
III.2.1.3 *Clear Area Logo* 37
III.2.1.4 Varian Logo 38
III.2.1.5 Variasi Warna Logo 39
III.2.1.6 Contoh Penggunaan Logo yang Tidak Diperbolehkan 40
III.2.2 Tata Letak (*Layout*) 41
III.2.3 Tipografi 42
III.2.4 Ilustrasi 44
III.2.5 Warna 47
III.2.6 Makna Warna 48

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 49
IV.1 Media Utama 49
IV.2 Media Pendukung 55
IV.3 *Merchandise* 57

DAFTAR PUSTAKA xiii
LAMPIRAN xv