

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	3
1.6 Kerangka Pemikiran	4
BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Perancangan	5
2.2 Universitas Internasional Semen Indonesia	5
2.3 Branding.....	6
2.3.1 Pengertian Branding	6
2.3.2 Pengertian Strategi Branding	7
2.3.3 Bentuk-bentuk Strategi Branding	7
2.4 Maskot	15
2.4.1 Ciri maskot.....	20
2.4.2 Fungsi maskot	20
2.4.3 Perancangan Maskot	20
2.4.4 Implementasi Maskot.....	21
2.6 Elemen Desain	28

2.7 Prinsip Desain	38
2.8 Kartun	40
2.9 Media Promosi	42
2.10 Macam Media	43
2.11 Penelitian Terdahulu	44
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Unit Analisis	45
3.3 Metode Penelitian	46
3.3.1 Pra-desain: Pengumpulan data	46
3.3.3 Desain : Metode Perancangan.....	47
3.3.3.1 Perancangan	47
3.3.2 Post-Desain	49
3.4 Kerangka Peracangan	50
BAB IV	51
PERANCANGAN	51
4.1.1 Observasi	51
4.1.2 Wawancara.....	52
4.1.3 Reduksi Data.....	55
4.2 Define.....	56
4.3 Ideate.....	56
4.4 Prototype.....	57
4.4.1 Sketsa Karakter	57
4.4.2 Warna.....	60
4.5 Test.....	61
4.5.1 Logo Maskot	62
4.5.2 Finalisasi desain 2D	62
4.5.3 Finalisasi desain 3D	72
4.6 Post-Desain	72
4.6.1 Graphic Standard Manual	73
4.6.2 Instagram	73
4.6.3 Stiker	74

4.6.4 Keychain	75
4.6.5 Website	75
BAB V	76
PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80

