

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II. <i>BRAND</i> YESSIKA ROTI SEBAGAI PRODUSEN PRODUK <i>PASTRY</i>	5
II.1 Landasan Teori	5
II.1.1 <i>Pastry</i>	5
II.1.2 Merek	5
II.1.3 <i>Branding</i> dan <i>Rebranding</i>	6
II.1.3.1 <i>Branding</i>	6
II.1.3.2 <i>Rebranding</i>	6
II.1.4 Unsur-Unsur <i>Branding</i>	8
II.1.5 Identitas Visual dalam <i>Branding</i>	10
II.1.6 Logo sebagai Identitas Visual Utama	11

II.1.7 Pengertian Identitas dan Logo	11
II.1.8 Jenis-jenis Logo	11
II.1.9 Identitas Visual yang Baik	13
II.2 Data Lapangan	14
II.2.1 Analisis 7P	14
II.2.2 Persepsi Konsumen Yessika Roti	22
II.3 Analisis Logo Yessika Roti	26
II.4 Analisis SWOT Yessika Roti	27
II.5 Resume	31
II.6 Solusi Perancangan	32
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	
III.1 Khalayak Sasaran	33
III.1.1 Demografis	33
III.1.2 Geografis	34
III.1.3 Psikografis	34
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	34
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	35
III.2 Strategi Perancangan	37
III.2.1 Logo Sebagai Identitas Visual Utama	37
III.2.2 Pengertian Identitas dan Logo	38
III.2.3 Jenis-jenis Logo	38
III.2.4 Identitas Visual yang Baik	39
III.2.5 <i>Briefing Question</i>	39
III.2.6 Tahap Merancang Logo	42
III.3 Strategi Komunikasi	43
III.3.1 Tujuan Komunikasi	43
III.3.2 <i>Statement Positioning</i>	44
III.3.3 <i>What to Say</i>	44
III.3.4 Pendekatan Komunikasi	45
III.3.4.1 Pendekatan Verbal.....	45
III.3.4.2 Pendekatan Visual	45

III.4 Strategi Kreatif.....	45
III.4.1 Sifat Pesan	45
III.4.2 Gaya Bahasa	46
III.4.3 Materi Pesan	46
III.4.4 <i>Copywriting</i>	46
III.4.5 <i>Key Word</i> dan <i>Key Visual</i>	46
III.5 Konsep Visual	48
III.5.1 Tipografi	49
III.5.2 Ilustrasi	59
III.5.3 Warna	50
III.6 <i>Mandatory</i>	50
III.7 Strategi Media	50
III.8 Strategi dan Waktu Penyebaran Media	51

BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama	54
IV.1.1 Logo	54
IV.1.2 Buku Pedoman Identitas Visual.....	58
IV.1.2.1 Filosofi Logo dan Warna	59
IV.1.2.2 Struktur Logo dan <i>Grid System</i>	60
IV.1.2.3 Varian Logo dan Ukuran Minimum	62
IV.1.2.4 Varian Warna	64
IV.1.2.5 Area Kosong	64
IV.1.2.6 <i>Supergraphic</i>	65
IV.1.2.7 Penggunaan yang Dilarang	66
IV.1.2.8 Tipografi	66
IV.1.2.9 Ilustrasi	67
IV.2 Media Pendukung	72
IV.2.1 Informasi dan Promosi	72
IV.2.2 Atribut Pekerja	75
IV.2.3 Kemasan	77
IV.2.4 <i>Stationary</i>	79

IV.2.5 Souvenir	86
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95