

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Dan Manfaat Perancangan	4
BAB II. PEMBAHASAN LOGO TIDIART	5
II.1 Landasan Teori.....	5
II.1.1 Identitas	5
II.1.2 Logo.....	5
II.1.3 Fungsi Logo.....	7
II.1.4 Jenis Jenis Logo.....	7
II.1.5 Tujuan Logo	9
II.1.6 Pengertian Identitas Visual.....	10
II.1.7 Identitas Tidiart	10
II.1.8 Produk Tidiart.....	11
II.3 Sejarah Tidiart	13
II.4 Visi dan Misi	13
II.5 Wawancara	14
II.6 Logo Tidiart.....	15
II.7 Resume	16
II.8 Solusi Perancangan.....	17
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN IDENTITAS TIDIART	18
III.1 Khalayak Sasaran	18
III.1.1 Demografis.....	18
III.1.2 Psikografis.....	19
III.1.2.1 Consumer Insight	20

III.1.3 Geografis	20
III.2 Strategi Perancangan	20
III.2.1 Tujuan Komunikasi	21
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	21
III.2.3 <i>Mandatory</i>	22
III.2.4 Materi Pesan	23
III.2.5 Strategi Kreatif	23
III.2.6 Strategi Media	29
III.2.7 Strategi Distribusi	32
III.3 Konsep Visual	35
III.3.1 Format Desain	35
III.3.2 Tata Letak	36
III.3.3 Tipografi	37
III.3.4 Warna	38
III.3.5 Filosofi Logo	39
BAB IV. Media dan Teknis Poduksi	40
IV.1 Konsep Desain	40
IV.2 Media Utama	40
IV.2.1 Grid System	41
IV.2.2 Ukuran Logo	41
IV.2.3 Variasi	42
IV.2.4 Ukuran Logo	44
IV.2 Media Pendukung	45

