

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan dan manfaat	3
I.5.1 Tujuan	3
I.5.2 Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
II.1 Unit Usaha	4
II.2 Boneka Bandung	6
II.3 Identitas dan <i>Brand</i>	7
II.3.1 Logo	8
II.4 Logo Usaha	9
II.4.1 Analisis <i>Logogram</i> Usaha	10
II.4.2 Analisis <i>Logotype</i> Usaha	14
II.4.3 Komposisi Identitas Usaha	16
II.4.4 Analisis Indikasi Geografis	17
II.5 Kondisi Masyarakat	18
II.6 Resume	22
II.7 Solusi Perancangan	22
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	23
III.1 Khalayak Sasaran	23
III.1.1 Demografis	23

III.1.2 Geografis	24
III.1.3 Psikografis	24
III.1.4 Customer Insight	25
III.2 Strategi Perancangan	26
III.2.1 Tujuan Pembuatan Logo	26
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	26
III.2.3 Materi Pesan	28
III.2.4 Strategi Kreatif	29
III.2.5 Strategi Media	29
III.2.6 Strategi Distribusi Waktu dan Penyebaran Media	31
III.3 Konsep Visual	32
III.3.1 Format Desain	32
III.3.2 Tata Letak	32
III.3.3 Tipografi	32
III.3.4 Ilustrasi	33
III.3.5 Warna	34
III.3.6 Gaya Visual	34
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	36
IV.1 Teknis Produksi	36
IV.1.1 Pra Produksi	36
IV.1.2 Produksi	39
IV.1.3 Pasca produksi	40
IV.2 Teknis produksi	40
IV.2.1 Panduan Identitas logo	46
IV.2.2 Pengaplikasian logo	49
BAB V. KESIMPULAN	59
V.1 Kesimpulan	59
V.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62