

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
I.1. Latar Belakang Masalah	12
I.2. Identifikasi Masalah.....	13
I.3. Rumusan Masalah.....	13
I.4. Batasan Masalah	14
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	14
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	14
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	14
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH PADA IDENTITAS <i>BRAND</i> HEYJUDE	15
II.1 <i>Brand</i> dan <i>Branding</i>	15
II.1.2 Identitas Merk.....	16
II.1.3 <i>Brand Guideline</i>	16
II.2 Heyjude.....	16
II.2.1 Sejarah <i>Brand</i> Heyjude.....	17
II.2.2 Visi Misi Perusahaan.....	17
II.2.3 Produk Heyjude	17
II.2.4 Pemasaran.....	20
II.3 Analisis Permasalahan.....	21
II.3.1 Analisis SWOT.....	25
II.3.2 Studi Kompetitor	26

II.3.3 Wawancara	27
II.3.4 Kuesioner.....	28
II.5 Solusi Perancangan.....	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	32
III.1 Khalayak Sasaran	32
III.1.1 Demografis.....	32
III.1.2 Geografis	32
III.1.3 Psikografis.....	32
III.1.4 <i>Consumer Journey</i>	33
III.1.5 <i>Consumer Insight</i>	34
III.2 Strategi Perancangan.....	35
III.2.1 Pengertian Logo	35
III.2.2 Jenis Bentuk Logo.....	36
III.2.3 Pertimbangan Logo	36
III.2.4 Proses Penciptaan Logo	37
III.2.5 Tujuan Komunikasi.....	38
III.2.6 Pendekatan Komunikasi.....	39
III.2.7 Mandatory	39
III.2.8 Materi Pesan.....	39
III.2.9 Gaya Bahasa.....	40
III.2.10 Strategi Kreatif	40
III.2.11 Strategi Media	43
III.2.12 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	45
III.3 Konsep Visual	46
III.3.1 Format Desain	46
III.3.2 Tata Letak.....	47
III.3.3 Tipografi.....	48
III.3.4 Ilustrasi.....	48
III.3.5 Warna	49

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	51
IV.1 Teknis Produksi	51
IV.1.1 Proses Perancangan Logo	51
IV.2 Media Utama.....	56
IV.3 Media Pendukung	57
BAB V. KESIMPULAN.....	65
V.1 Kesimpulan.....	65
V.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	67