

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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 Perancangan.....	3
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	3
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. IDENTITAS CV. BAHANA SEJAHTERA ABADI	5
II.1. Landasan Teori	5
II.1.1. Identitas Visual	5
II.1.1.1. Unsur Identitas Visual	6
II.1.2. <i>Corporate Identity</i>	7
II.1.3. Redesain	8
II.1.4. <i>Supergraphic</i>	9
II.2. Sejarah CV. Bahana Sejahtera Abadi	10
II.2.1. Profil CV. Bahana Sejahtera Abadi.....	10
II.2.2. Identitas Visual CV. Bahana Sejahtera Abadi.....	11
II.2.2.1. Analisis Identitas Visual CV. Bahana Sejahtera Abadi.....	11

II.2.3. Struktur Organisasi CV. Bahana Sejahtera Abadi.....	12
II.2.4. Visi dan Misi CV. Bahana Sejahtera Abadi	13
II.2.5. Layanan Jasa dan Produk CV. Bahana Sejahtera Abadi	13
II.2.6. Portofolio CV. Bahana Sejahtera Abadi.....	14
II.2.7. Analisis <i>SWOT</i> CV. Bahana Sejahtera Abadi	14
II.2.8. Analisis Kompetitor CV. Bahana Sejahtera Abadi	15
II.2.9. Analisis Klien CV. Bahana Sejahtera Abadi.....	16
II.3. Analisa Permasalahan.....	18
II.3.1. Observasi	18
II.3.2. Wawancara	20
II.3.2.1. Data Perusahaan	21
II.3.2.2. Data Identitas Visual	22
II.3.3. Kuesioner.....	24
II.3.4. Resume	28
II.3.5. Solusi Perancangan.....	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	29
III.1. Khalayak Sasaran.....	29
III.1.1. Demografis.....	29
III.1.2. Firmografis.....	29
III.1.3. Geografis	30
III.1.4. Psikografis.....	30
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	31
III.1.6. <i>Consumer Journey</i>	31
III.2. Strategi Perancangan.....	33
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	33
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	33
III.2.3. <i>Mandatory</i>	35
III.2.4. Materi Pesan.....	35
III.2.5. Gaya Bahasa.....	36
III.2.6. Strategi Kreatif.....	36
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	37

III.2.6.2. Visualisasi	37
III.2.7. Strategi Media	38
III.2.7.1. Media Utama	38
III.2.7.2. Media Pendukung.....	40
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	43
III.3. Konsep Visual	44
III.3.1. Format Desain	44
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>).....	47
III.3.3. Tipografi.....	48
III.3.4. Warna	49
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	52
IV.1. Teknis Produksi	52
IV.1.1. Pra Produksi	52
IV.1.2. Produksi	55
IV.1.3. Pasca Produksi	57
IV.2. Media Utama.....	58
IV.3. Media Pendukung	59
BAB V. KESIMPULAN	68
V.1. Kesimpulan.....	68
V.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	79
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	81