

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
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumusan Masalah	3
I.4. Batasan Masalah	3
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1. Tujuan Perancangan	4
I.5.2. Manfaat Perancangan	4
I.5.2.1 Bagi Perusahaan	4
I.5.2.2. Bagi Masyarakat.....	4
BAB II. PEMBAHASAN TEORI MENGENAI MASALAH IDENTITAS FARIZ CARWASH.....	5
II.1. Kendaraan Bermotor.....	5
II.1.1. Jenis-Jenis Usaha	5
II.1.2. <i>Brand</i>	6
II.1.2.1 Jenis-Jenis <i>Brand</i>	7
II.1.3. Identitas Visual	7
II.1.4. Unsur Identitas Visual	7
II.1.5. Identitas Korporat	8
II.1.6. Redesain.....	8

II.1.7. <i>Supergraphic</i>	9
II.2. Usaha Jasa Fariz Carwash.....	9
II.2.1. Profil Fariz Carwash	9
II.2.2. Identitas Visual Fariz Carwash	10
II.2.2.1 Analisis Identitas Visual Fariz Carwash.....	10
II.2.3. Layanan Jasa Fariz Carwash.....	11
II.2.4. <i>Review</i> Pengguna Jasa pada <i>Google Reviews</i>	11
II.2.5. Analisis SWOT Fariz Carwash	11
II.2.6. Analisis Kompetitor Fariz Carwash.....	12
II.3. Analisis Permasalahan	13
II.3.1. Observasi	13
II.3.2. Wawancara.....	15
II.4. Resume	17
II.5. Solusi Perancangan	17
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	18
III.1. Khalayak Sasaran	18
III.1.1. Demografis	18
III.1.2. Geografis	18
III.1.3. Psikografis	19
III.1.4. <i>Consumer Insight</i>	21
III.1.5. <i>Consumer Journey</i>	21
III.2. Strategi Perancangan	22
III.2.1. Tujuan Komunikasi	23
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	23
III.2.3. <i>Mandatory</i>	24
III.2.4. Materi Pesan	25
III.2.5. Gaya Bahasa	25
III.2.6. Strategi Kreatif	25
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	25
III.2.6.2. Visualisasi.....	26
III.2.7. Strategi Media	27
III.2.7.1. Media Utama	27
III.2.7.2. Media Pendukung.....	27
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	31

III.3. Konsep Visual	33
III.3.1. Format Desain	37
III.3.2. Tata Letak	40
III.3.3. Tipografi	41
III.3.4. Warna	42
III.3.4.1. Psikologi Warna	42
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	45
IV.1. Teknis Produksi.....	45
IV.1.1. Pra Produksi.....	45
IV.1.2. Produksi	48
IV.1.3. Pasca Produksi	50
IV.2. Media Utama	50
IV.3. Media Pendukung	58
BAB V. KESIMPULAN	71
V.1. Kesimpulan	71
V.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76
SURAT KETERANGAN	81
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	81
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN.....	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Contoh Redesain	9
Gambar II. 2 Logo Fariz Carwash.....	10
Gambar II. 3 Pintu Masuk Tempat	13
Gambar II. 4 Tempat Tunggu dan Pencucian	14
Gambar III. 1 Logo Fariz Carwash	24
Gambar III. 2 Referensi Logo	27
Gambar III. 3 Bentuk Logogram	35
Gambar III. 4 Dua Lingkaran yang Menyatu	36
Gambar III. 5 Logogram Sebagai Sebuah Kunci	36
Gambar III. 6 Perempatan pada Logogram	36
Gambar III. 7 Sistem Garida Logo	37
Gambar III. 8 Ukuran Logo.....	38
Gambar III. 9 Variasi Warna Logo	38
Gambar III. 10 Penggunaan Logo yang Dilarang	39
Gambar III. 11 Penggunaan Logo yang Diperbolehkan	39
Gambar III. 12 Varian Logo dengan <i>Logotype</i> Bertumpuk	40
Gambar III. 13 Varian Logo dengan <i>Logotype</i> Memanjang.....	40
Gambar III. 14 <i>Font</i> HemiHead Rg.....	41
Gambar III. 15 <i>Font</i> Highway Gothic Expanded	41
Gambar III. 16 Warna Lapis Lazuli dan Indigo.....	43
Gambar IV. 1 Arahkan Desain.....	45
Gambar IV. 2 <i>Mindmapping</i>	46
Gambar IV. 3 <i>Keyvisual</i>	47
Gambar IV. 4 Sketsa Logo Akhir	47
Gambar IV. 5 Proses Digitalisasi Sketsa	48
Gambar IV. 6 Bentuk Final Logo	49
Gambar IV. 7 Logogram dan <i>Logotype</i>	49
Gambar IV. 8 Logo Utama Fariz AutoMoto.....	50

Gambar IV. 9 <i>Cover GuideBook</i>	51
Gambar IV. 10 Daftar Isi dan Profil	51
Gambar IV. 11 Konsep Logo	52
Gambar IV. 12 Konsep dan Unsur Logo	52
Gambar IV. 13 Warna Logo.....	53
Gambar IV. 14 Tipografi dan <i>Tagline</i> Logo.....	53
Gambar IV. 15 Sistem Garida dan Area Aman Logo.....	54
Gambar IV. 16 Ukuran dan Pola Logo	54
Gambar IV. 17 Variasi dan Tata Letak	55
Gambar IV. 18 Peraturan Logo.....	55
Gambar IV. 19 Pengaplikasian Identitas Visual	56
Gambar IV. 20 Pengaplikasian pada Media Kantor	56
Gambar IV. 21 Lembar Terakhir dari <i>Guidebook</i>	57
Gambar IV. 22 Seragam <i>Wearpack</i>	58
Gambar IV. 23 Seragam Kaos	59
Gambar IV. 24 Papan Nama	60
Gambar IV. 25 <i>Banner</i> Pemberitahuan.....	60
Gambar IV. 26 Kartu Nama.....	61
Gambar IV. 27 Buku Catatan.....	62
Gambar IV. 28 Map Folder.....	62
Gambar IV. 29 Kop Surat	63
Gambar IV. 30 Amplop Surat	64
Gambar IV. 31 Cap Stempel.....	64
Gambar IV. 32 Buku Nota.....	65
Gambar IV. 33 Tali Kartu Nama.....	65
Gambar IV. 34 Kartu Identifikasi	66
Gambar IV. 35 Kartu Gambar	67
Gambar IV. 36 Kupon <i>Voucher</i>	67
Gambar IV. 37 <i>Sticker Pack</i>	68
Gambar IV. 38 Lap Kanebo.....	69
Gambar IV. 39 Alas Kaki Pijakan.....	69
Gambar IV. 40 Gantungan Kunci	70