DAFTAR ISI

Hal

KATA PENGANTAR…… i

DAFTAR ISI…….. …… iv

DAFTAR GAMBAR…… v

BAB I PENDAHULUAN…….. 1

1.1 Latar Belakang Masalah…… 1

1.2 Identifikasi Masalah…… 2

1.3 Rumusan Masalah..…… 3

1.4 Pembatasan Masalah…… 3

1.5 Maksud dan Tujuan…… 3

1.6 Manfaat Perancangan…… 3

1.7 Landasan Teori……4

1.8 Metode Pengumpulan Data…….. 5

BAB II TINJAUAN IDENTITAS PERUSAHAAN MONIK SHOPHOUSE ... 6

2.1Identitas Perusahaan Monik Shophouse…….. 6

2.2 Misi dan Visi Monik Shophouse…….. 9

2.3 Produk Monik Shophouse…….. 9

2.4 Produksi Monik…….. 10

2.5 Jaringan Pemasaran…….. 10

2.6. Pemecahan Masalah…….. 11

2.7. Definisi Identitas Perusahaan (*corporate identity*)…….. 11

2.8. Fungsi Identitas Perusahaan (*corporate identity*)…….. 12

2.9. Jenis - Jenis Logo…..…….. 14

2.10. Kriteria dan Sifat Logo…….. 14

2.11. Proses Perancangan Logo..…….. 16

2.12. Elemen Estetis Pembentuk Logo……18

2.13. Teori *Emotional Branding* ……..25

2.14. Analisa Monik Shophouse……..26

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL..... 29
3.1 Strategi Komunikasi..... 29
3.2 Strategi Kreatif..... 32
3.3 Strategi Media..... 33
3.4 Konsep Visual..... 35
BAB IV TEKNIK PRODUKSI MEDIA..... 41
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN