DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN. xiii
KOSAKATA/GLOSSARY. xiv

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 Perancangan 3

BAB II IDENTITAS VISUAL PRIMA RASA BAKERY 5
II.1. Bandung Sebagai Kota Kuliner 5
II.2. Prima Rasa 6
II.2.1 Sejarah Prima Rasa. 6
II.2.2 Profil Prima Rasa. 6
II.2.3 Alamat dan Kontak Prima Rasa.. 7
II.2.4 Varian Produk dan Harga.. 9
II.2.5 Kompetitor. 13
II.3. Identitas Visual Prima Rasa 16
II.3.1 Identitas Visual 16
II.3.2 Identitas Visual (Logo) Prima Rasa 21
II.4 Analisa Masalah 21

II.5 Khalayak Sasaran. 25
II.6 Ikhtisar.....26
II.7 Solusi Permasalahan.....27

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 28
III.1 Strategi Perancangan. 28
III.1.1 Tujuan Komunikasi. 28
III.1.2 Strategi Komunikasi. 28
III.1.2.1 Pendekatan Komunikasi Visual. 29
III.1.2.2 Pendekatan Komunikasi Verbal. 29
III.1.3 Materi Pesan. 30
III.1.4 Khalayak Sasaran Perancangan. 30
III.1.5 Strategi Kreatif. 31
III.1.6 Strategi Media. 34
III.2 Konsep Visual. 36
III.2.1 Format Desain. 37
III.2.1.1 *Grid System*. 38
III.2.2 Tata Letak *(Layout).* 39
III.2.3 Tipografi. 40
III.2.3.1 *Letter Mark*. 41
III.2.4 Ilustrasi. 41
III.2.4.1 *Picture Mark.* 41
III.2.5 Warna. 42
III.2.6 Penggunaan Elemen Estetis. 42
III.2.7 *Supergraphics*. 43

BAB IV TEKNIS PRODUKSI. 44
IV.1 Teknis Produksi Media. 44
IV.2 Tampilan Media. 47
IV.2.1 Media Utama. 47
IV.2.2 Aplikasi Media. 48
IV.2.2.1 *Stationery*. 48

IV.2.2.2 *Gimmick*. 52
IV.2.2.3 *Sign System*. 56
IV.2.2.4 Seragam.....57
IV.2.2.5 Mobil Bergerak. 57
IV.2.2.6 Poster. 58
IV.2.2.7 *X-banner*. 59
IV.2.2.7 Halaman *Facebook*. 60

DAFTAR PUSTAKA 61
LAMPIRAN.....62