DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR……..... **i**
UCAPAN TERIMA KASIH..... **ii**
DAFTAR ISI..... **iii**
DAFTAR GAMBAR..... **vi**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....1
1.2. Identifikasi Masalah.....3
1.3. Fokus Permasalahan.....3
1.4. Tujuan Perancangan.....4
1.5. Kata Kunci …….....4

BAB II PEMBAHASAN DAN PENYELSAIAN MASALAH

2.1. Sajarah Bandrek ….....6
2.2. Tinjauan Perusahaan AbahBandrek ……..... 7
2.2.1 Profil Perusahaan Bandrek Abah….....7
2.2.2. Sejarah Perusahaan Bandrek Abah.....7
2.2.3. Visi dan Misi Perusahaan Bandrek Abah.....8
2.2.4 Prodauk- Produk Bandrek Abah.....8
2.2.5. Wilyah Pemasaran Bandrek Abah……..…….....9
2.2.6. Riset Produk- Produk Bandrek ……..…….....10
2.2.7. Analisis SWOT Bandrek Abah……..…….....13
2.3. Definisi Identitas…….....14
2.4. Unsur Umum Identitas…..…….....14

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi 21

3.1.1 Tujuan Komunikasi..... 22

3.1.2. Target Sasaran..... 23

3.1.3. Pesan Utama/Tema Dasar Komunikasi..... 24

3.2. Strategi Identitas Bandrek Abah..... 25

3.2.1 Positioning Bandrek Abah..... 25

3.2.2. Key Word..... 25

3.3. Strategi Kreatif 25

3.4. Strategi Media 28

3.5. Konsep Visual..... 29

3.5.1. Logo..... 30

3.5.2. Konsep Logo..... 30

3.5.3. Tipografi..... 31

3.5.4. Warna 32

3.5.5. Ilustrasi 32

3.5.6. Aplikasi pada produk 33

BAB IV STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

4.1. TeknisProduksi Dan Material 34

4.1.1 Aplikasi Pada Bangunan..... 34

4.1.2 Aplikasi Pada Stationery..... 35

4.1.3. Aplikasi Pada Sign System..... 36

4.1.4. Aplikasi Pada Pakaian..... 37

4.1.5. Aplikasi Pada Kemasan 38

4.1.6. Aplikasi Pada Packaging 39

4.1.7. Aplikasi Pada Kendaraan 40

4.1.8. Aplikasi Pada Iklan dan Promosi 41

4.1.9. Aplikasi Pada Merchandise 44

4.1.10. Aplikasi Pada Display Toko 46

DAFTAR PUSTAKA…..... 47

LAMPIRAN……..... 48