DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR v
DAFTAR TABEL vi
DAFTAR LAMPIRAN vii
BAB I Pendahuluan 1
I.1. Latar Belakang Masalah 1
I.2. Identifikasi Masalah 2
I.3. Fokus Permasalah 2
I.4. Tujuan Perancangan 2
BAB II Redesain Logo Roemah Kopi 3
II.1. Pengertian *Corporate Identity* 3
II.1.1. Fungsi *Corporate Identity* 3
II.1.2. Aplikasi *Corporate Identity* 4
II.2. Logo 4
II.2.1. Jenis Logo 4
II.2.2. Fungsi Logo 5
II.2.3. Prinsip Logo 5
II.2.4. Karakteristik Logo 6
II.2.5. Proses Pembuatan Desain Logo 7
II.2.6.Tipografi 7
II.2.7. Ilustrasi 8
II.2.8.Warna 9
II.2.9. Layout 11
II.2.10.Format 11
II.3. Industri Kopi 12
II.4. Awal Mula Roemah Kopi 13
II.4.1. Konsep Roemah Kopi 13
II.4.2. Resep Roemah Kopi 14
II.4.3. Daftar Menu Roemah Kopi 15

II.4.4.Tingkat Permintaan 17
II.4.5. Proses Pemasaran 17
II.4.6.Target Audiens 17
II.4.7. Kompetitor Roemah Kopi 17
II.4.8. Analisa S.W.O.T 20
II.5. Identitas Visual 21
II.5.1. Identitas Roemah Kopi 21
II.5.2. Permasalahan Pada Identitas Roemah Kopi 21
II.6. Segmentasi Pasar 22
II.6.1. Demografis 22
II.6.2.Psikografis 22
II.6.3.Geografis 22
BAB III Strategi Perancangan dan Konsep Visual 23
III.1. Strategi Perancangan 23
III.1.1. Pendekatan Komunikasi 23
III.1.1.1. Pendekatan Verbal 23
III.1.1.2 Pendekatan Visual 23
III.1.2. Strategi Kreatif 24
III.1.3. Strategi Media 24
III.2. Konsep Visual 25
III.2.1. Study Visual 26
III.2.2. Konsep Logo 27
III.2.3. Tipografi 28
III.2.4. Ilustrasi 31
III.2.5. Warna 31
BAB IV Teknis Produksi Media 33
IV.1. Media 33
IV.1.1. Elemen Visual 33
IV.1.2. Tata Letak (*Layout*) 34
IV.1.3.Warna 36
IV.2. Jenis Media dan Teknis Produksi 36
IV.2.1. *Sign System* 36

IV.2.2. Buku Daftar Menu 37
IV.2.3. Kartu Nama 38
IV.2.4. Buku Nota 39
IV.2.5. Cangkir 40
IV.2.6. Nomor Meja 40
IV.2.7. Seragam Karyawan 41
IV.2.8. Apron 41
IV.2.9. Kemasan Gula 42
IV.2.10Mobil 43
DAFTAR PUSTAKA 44
LAMPIRAN 45