DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Rumusan Masalah 4
I.4 Batasan Masalah 4
I.5 Tujuan Perancangan 4
I.6 Manfaat Perancangan 5

BAB II LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL BANDUNG CARNIVAL LAND
II.1 Identitas 6
II.1.1 *Brand Internal* dan *Eksternal* 7
II.1.2 Identitas Visual 9
II.1.3 Elemen Identitas Visual 9
II.1.3.1 Nama 9
II.1.3.2 Logo.. 10
II.1.3.3 *Tagline* 10
II.1.3.4 Warna 10
II.1.3.5 Tipografi 10
II.1.3.6 Elemen Gambar 11

II.1.3.7 Penerapan Identitas 12
II.1.4 Logo 12
II.1.4.1 Klasifikasi Logo 13
II.1.4.2 Kriteria Sebuah Logo 15
II.1.4.3 Fungsi Logo 15
II.2 Bandung Carnival Land 16
II.2.1 Sejarah Perusahaan 16
II.2.2 Profil Perusahaan 16
II.2.3 Visi dan Misi Perushaan 17
II.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan 17
II.2.5 Produk dan Jasa Wisata yang Ditawarkan 18
II.2.5.1 Target Pasar Bandung Carnival Land 27
II.2.5.2 Harga Tiket Masuk Bandung Carnival Land 27
II.2.5.3 Bentuk Pelayanan Bandung Carnival Land 28
II.3 Analisa 29
II.3.1 Sumber Data 29
II.3.2 Analisis 5W+1H 29
II.3.3 Analisis SWOT 30
II.3.3.1 Bandung Carnival Land 30
II.3.3.2 Kompetitor 32
II.3.4 Analisis Permasalahan Identitas Visual Bandung Carnival Land 35
II.3.4.1 Analisis Logo Bandung Carnival Land 36
II.3.4.2 Analisis Penerapan Logo Bandung Carnival Land 40
II.3.5 Hasil kuisioner 42
II.4 Khalayak Sasaran 47
II.4.1 Diferensiasi Produk 49
II.4.2 *Positioning* 49
II.5 Kesimpulan dan Solusi Perancangan 49

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Perancangan 50
III.1.1 Tujuan Komunikasi 51

III.1.2 Pendekatan Komunikasi 51
III.1.3 Materi Pesan 53
III.1.4 Gaya Bahasa 53
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 53
III.1.6 Strategi Kreatif 56
III.1.7 Strategi Media 56
III.1.7.1 Media Utama 57
III.1.7.2 Media Pendukung 60
III.1.8 Strategi Distribusi 63
III.2 Konsep Visual 65
III.2.1 Format Desain 66
III.2.2 Tata Letak (*Layout*) 70
III.2.3 Tipografi 72
III.2.4 Ilustrasi 72
III.2.5 Warna 79

BAB IV TEKNIK PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA
IV.1 Teknik Produksi 81
IV.2 Teknik Aplikasi Media 82
IV.2.1 Media Utama 82
IV.2.2 Media Pendukung 93

DAFTAR PUSTAKA 108
LAMPIRAN 109