DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR..... iv
DAFTAR TABLE..... v

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 3
1.3 Rumusan Masalah.....3
1.4 Pembatasan Masalah.....2
I.5 Metode Penelitian 4
I.6 Tujuan Penelitian 5
1.7 Manfaat Penelitian 5
1.8 Kerangka Berfikir 5
1.9 Sistematika Penulisan 6

BAB II TEORI LOGO PSIKOLOGI PERSEPSI DAN BUDAYA PERUSAHAAN
II.1 Teori Logo 7
II.1.1 Tujuan dan Fungsi Logo 9
II.1.2 Jenis-jenis Logo 9
II.1.3 Anatomi Logo 12
II.2 Elemen Visual Pembentuk Logo 12
II.2.1 Garis 13
II.2.2 Bentuk 16
II.2.3 Bentuk Bunga 16
II.2.5 Makna Teratai bagi Agama Hindu 17

II.3 Warna 18
II.3.1 Pengelompokan Warna 19
II.3.2 Dimensi Warna 19
II.3.3 Sifat Warna 20
II.3.4 Efek warna mempengaruhi psikologis manusia 21
II.3.5 Makna Warna 24
II.3.6 Hue, Value dan Intensitas 24
II.4 Tipografi 25
II.4.1 Jenis-jenis Huruf 26
II.4.2 Sans Serif 26
II.4.3 Kesan Dari Sans Serif 27
II.4.4 Huruf Gill Sans 28
II.5 Budaya Perusahaan 29
II.5.1 Budaya Perusahaan Koperasi Indonesia 30
II.6 Efek Psikologi 31

BAB III KOPERASI INDONESIA

3 Koperasi Indonesia 32
3.1 Sejarah Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Periode Sebelum Kemerdekaan 32
3.1.2 Periode Penjajahan Belanda dan Jepang 33
3.3 Visi , Misi dan Tujuan Koperasi Indonesia 35
3.4 Tugas dan Fungsi 36
3.5 Logo Baru Koperasi Indonesia 37
3.6 Latar Belakang perubahan Logo Koperasi Indonesia 38

BAB IV TINJAUAN LOGO KOPERASI INDONESIA

4.1 Elemen Visual Logo 2012 Koperasi Indonesia dan Budaya Perusahaan Koperasi Indonesia 25
4.2 Garis dalam Logo Baru Koperasi Indonesia 25
Tabel garis lengkung 25

4.3 Bentuk dalam Logo Baru Koperasi Indonesia 25
Tabel garis lengkung 25
Tabel bentuk kotak yang 25
Warna dalam Logo Baru Koperasi Indonesia 25
Tipografi dalam Logo Baru Koperasi Indonesia 25
4.4 Hasil Penelitian 25

BAB V KESIMPULAN

5 Kesimpulan 35

DAFTAR PUSTAKA