DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR DIAGRAM xiii
DAFTAR TABEL 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
I.6 Manfaat Perancangan 4

BAB II LANDASAN TEORI DAN OBJEK PENELITIAN 5
II.1 Kopi 5
II.2 Kopi Gunung Puntang 7
II.2.1 Visi dan Misi 8
II.2.2 Sejarah Kopi Gunung Puntang 8
II.2.3 Dokumentasi Objek Penelitian 10
II.2.4 Bentuk Fisik Produk 15
II.2.5 Harga Kopi Gunung Puntang 16
II.3 Analisa 16
II.3 Kompetitor 16

II.3.1 Observasi 17
II.3.3 Kuesioner 19
II.3.4 Wawancara 20
II.4 Resume 21
II.5 Solusi Perancangan.....21

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN
III.1 Strategi Perancangan.....22
III.1.1 Logo 23
III.2 Mandatory 30
III.3 Target Audiens.....30
III.4 Tujuan Perancangan Logo.....32
III.5 Identifikasi Nama Merek.....32
III.6 Strategi Komunikasi.....33
III.6.1 Analisa 5W 1 H 33
III.6.2 Analisa SWOT 34
III.6.3 Brief Question.....35
III.6.4 Deferensiasi.....36
III.6.5 Postitioning 36
III.6.6 USP 36
III.6.7 Keyword & KeyVisual.....36
III.7. Strategi Kreatif.....38
III.8. Konsep Visual.....39
III.8.1 Tipografi. 39
III.8.2 Warna 41
III.8.3 Format Desain.....44
III.8.4 Bentuk.....44
III.9. Sistem Hirarki Logo 45
III.9.1 Grid Sistem 45
III.9.2 Area Bersih 49
III.9.3 Aturan Ukuran Logo 50
III.9.4 Aturan Komposisi Logo 55

III.9.5 Variasi Logo 58
III.9.6 Supergrafik 59
III.10. Aplikasi Media 59
III.10.1 Media Utama 60
III.10.2 Media Internal 60
III.10.3 Media Eksternal 61
III.11 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 62

BAB IV Media dan Teknis Produksi 64
IV.4.1 Media Utama 64
IV.4.1 Media Internal 65
IV.4.1 Media Eksternal 72

DAFTAR PUSTAKA xv
LAMPIRAN xvii
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI xx
RIWAYAT HIDUP xxi