DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN 1
I.I Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3
I.5.1 Tujuan..... 3
I.5.2 Manfaat..... 3

BAB II. *CLOTHING* 3SECOND 4
II.1 Landasan Teori 4
II.1.1 Pengertian Industri Kreatif 4
II.1.2 Pengertian *Corporate Identity* 4
II.1.3 Elemen *Corporate Identity* 5
II.1.4 Pengertian Logo 5
II.1.5 Elemen Identitas Visual 5

II.2 *Clothing* 3Second 7
II.2.1 Profil 3Second 7
II.2.2 Visi,Misi,Strategi 8
II.2.3 Logo *Clothing* 3Second 9
II.2.4 Struktur Organisasi CV.Bi-ensi Fesyenindo 10
II.2.5 Produk 3Second 11
II.2.6 Penerapan Logo *Clothing* 3Second 15
II.3 Analisa 18
II.3.1 Kuesioner 18
II.3.2 Wawancara 25
II.4 Resume 25
II.5 Solusi Perancangan 26

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 27
III.1 Khalayak Sasaran 27
III.2 Strategi Perancangan 30
III.2.1 Tujuan Komunikasi 30
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 30
III.2.3 *Mandatory* 31
III.2.4 Materi Pesan 31
III.2.5 Gaya Bahasa 31
III.2.6 Strategi Kreatif 32
III.2.7 Strategi Media 35
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 40
III.3 Konsep Visual 42
III.3.1 Format Desain 42
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) 42

III.3.3 Tipografi 42
III.3.4 Ilustrai 43
III.3.5 Warna 45
III.3.6 Audio 46

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 47
IV.1 Media Utama 47
IV.1.1 Teknis Produksi 47
IV.1.2 Pra Produksi 48
IV.1.3 Produksi 48
IV.1.4 Pasca Produksi 49
IV.1.5 Media Utama 52
IV.2 Media Pendukung 54

DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN 76