DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR ii

KATA PENGANTAR iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR DIAGRAM xi

DAFTAR TABEL xii

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 Latar Belakang 1

I.2 Identifikasi Masalah 3

I.3 Rumusan Masalah 3

I.4 Batasan Masalah 3

I.5.1 Tujuan Perancangan 3

I.5.2 Manfaat Rancangan 4

BAB II REDESAIN LOGO IDENTITAS BARU PRODUK TRIPLE S 5

II.1 Pengertian Redesain 5

II.2 Corporate Identity 5

II.1.2 Jenis-jenis Corporate Identity 6

II.1.2.1 Logo 6

II.1.2.1.1 Jenis-jenis Logo 8

II.1.2.1.2 Fungsi Logo 8

II.1.2.2 Stationary 9

II.1.3 Fungsi Corporate Identity 10

II.1.3.1 Sebagai alat yang menyatukan strategi perusahaan 10

II.1.3.2 Sebagai pemicu system suatu operasional suatu perusahaan 10

II.1.3.3 Sebagai pendiri jaringan/*network* yang baik 10
II.1.3.4 Sebagai alat jual dan promosi 11
II.2 Pengertian Merk (brand) 11
II.2.1 *Brand Image* 11
II.3 Pertimbangan Redesain Logo 13
II.4 Spesifikasi Redesain Logo 14
II.5 Gambaran Umum Tentang Pt. Sinjaraga Santika Sports (Triple S) 15
II.5.1 Profil Perusahaan 15
II.5.2 Produk Triple S 16
II.5.3 Struktur Organisasi 16
II.6.4 Proses Produksi 17
II.7 Data Lapangan 18
II.7.1 Hasil Wawancara Dengan Komisaris Perusahaan PT. Sinjaraga Santika ... 19
II.7.2 Logo *brand* Triple S 20
II.8 Resume 23
II.9 Solusi Masalah 24

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN 25
III.1 Khalayak Sasaran 25
III.2 Strategi Perancangan 28
III.2.1 Tujuan Komunikasi 29
III.2.2 Strategi Komunikasi 29
III.2.3 Mandatory 31
III.2.4 Strategi Kreatif 31
III.2.5 Strategi Media 32
III.2.6 Strategi Distribusi 35
III.3 Konsep Desain 37
III.3.1 Format Desain 37
III.3.2 Tahap Layout 38
III.3.3 Tipografi 39
III 3.4 Illustrasi 41
III 3.5 Warna 42

III. 3.5.1 Warna Primer 42
III.3.5.2 Warna Sekunder 43

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 44
IV.1 Media Utama 45
IV.1.1 Tahap Sketsa 46
IV.1.2 Tahap Digital 46
IV.1.3 *Final Artwork* 48
IV.1.3.1 Filosofi Logo 48
IV. 1.3.2 *Clear Space* 48
IV. 1.3.3 Ukuran Logo 49
IV. 1.3.4 Pengembangan Bentuk Logo 50
IV. 1.3.5 *Incorect* Logo 50
IV. 2 Aplikasi dan Penerapan Logo 51
IV. 2.1 *Brand Guideline* 51
IV. 2.2 *Stationery* 64
IV.3 Media Pendukung 68

DAFTAR PUSTAKA 82
LAMPIRAN 85