

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
.KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	31
1.3 TUJUAN dan MANFAAT	31
1.4 PEMBatasan PERANCANGAN.....	32
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	32
BAB II LANDASAN TEORI	34
2.1 PENGERTIAN DESAIN.....	37
2.2 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	38
2.3 CORPORATE IDENTITY.....	40
2.4 COMPANY PROFILE	43
2.4.1 Fungsi Company Profile	43
2.4.2 Isi Company profile	44
2.4.3 Media Company profile.....	46
2.5 TEORI WARNA	46
2.6 LAYOUT	48
2.7 TIPOGRAFI	49
2.8 LEGIBILITY dan KETERBACAAN.....	53
2.9 PERANCANGAN DESAIN.....	54
2.10 TEORI PERSEPSI	55
2.11 PRINSIP-PRINSIP ESTETIKA	56

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN dan KONSEP PERAN	
CANGAN	57
3.1. SEJARAH SINGKATPERUSAHAAN	57
3.2 VISI dan MISI	58
3.3 KOMUNIKASI PEMASARAN	58
3.4 FASILITAS PABRIK	59
3.5 PENGEMBANGAN MASA DEPAN	60
3.6 PROFIL	60
3.7 RENCANA 2010	61
3.8 MANAJEMEN	62
3.9 ASPEK USAHA	63
3.10 KONSEP DESAIN.....	63
3.11 KONSEP LOGO	64
3.12 FONT	65
3.13 KONSEP LAYOUT.....	65
BAB IV APLIKASI PERANCANGAN	67
4.1 BUKU COMPANY PROFILE.....	67
4.2 X-BANNER	73
4.3 STATIONERY	74
4.4 MARCHANDISE.....	78
4.5 LOGO.....	79
4.6 MINI BANNER.....	79
4.7 KALENDER.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81