

ABSTRAK

Ontjom Raos merupakan pusat oleh - oleh tertua di Bandung. Dalam proses penjualannya, Ontjom Raos kurang dapat mempromosikan Produknya dengan baik, Padahal dilihat dari keunggulannya, Ontjom Raos memiliki banyak keunggulan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Untuk meningkatkan penjualannya, Ontjom Raos memerlukan Citra yang berkesan Kuno, Tradisional, dan Masa lampau namun tetap sesuai dengan keadaan / jaman modern saat ini. Sehingga Redesign Logo, Packaging, dan Promosi dari Ontjom Raos sangatlah perlu untuk dilakukan demi memaksimalkan Penjualan dari Ontjom Raos.

Kata Kunci : Redesign, Jadul, Masa Lampau, Tradisional.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Perancangan.....	9
1.5 Ruang Lingkup Perancangan	9
1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	10
1.6.1 Sumber Data.....	10
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	10
BAB II TINJAUAN MASALAH	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Pengertian Desain Grafis.....	11
2.1.2 Kategori Desain Grafis	12
2.1.3 Kemasan.....	12
2.1.4 Pemasaran.....	14
2.1.5 Promosi	15
2.2 Tinjauan Faktual.....	16
2.3 Gagasan Awal	17

BAB III PEMECAHAN MASALAH

3.1 Objek Perancangan	18
3.2 Target Konsumen.....	19
3.3 Konsep Perancangan	20
3.3.1 Perencanaan Kreatif.....	20
3.3.1.1 Konsep Verbal	20
3.3.1.2 Konsep Visual.....	21
3.3.2 Perencanaan Media.....	23
3.3.3 Ukuran Media	24
3.3.4 Visualisasi Karya.....	25
3.3.4.1 Logo	25
3.3.4.2 Tipografi.....	26
3.3.4.3 Kemasan.....	27
3.3.4.4 Media Promosi	34

BAB IV KESIMPULAN	39
--------------------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA	41
-----------------------------	-----------

DATA PENULIS.....	42
--------------------------	-----------