

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iv
TANDA LULUS MEMPERTAHANKAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR BAGAN.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan .....	7

1.5 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	9
1.7 Sistematika Perancangan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori Komunikasi.....	11
2.1.1.1 Tujuan Komunikas.....	12
2.1.1.2 Fungsi Komunikasi.....	13
2.1.2 Strategi Publikasi.....	14
2.1.3 Psikologi Warna.....	16
2.1.4 Semiotika.....	22
2.1.5 Aspek Kultural .....	24
2.1.6 Gaya Desain.....	25
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain.....	27
2.1.8 Copywriting.....	40
2.1.8.1 Headline.....	40
2.1.8.2 Sub Headline.....	41
2.1.8.3 Bodycopy.....	41
2.1.9 Ilustrasi pada Media Publikasi .....	42
2.1.9.1 Sejarah Ilustrasi.....	43
2.1.10 Tipografi pada Media Publikasi.....	44

2.1.10.1 Pentingnya sebuah huruf.....	45
2.1.10.2 Tipe/Typeface atau Font.....	46
2.1.10.3 Huruf Sebagai Figur Identitas.....	47
2.1.11 Teori Layout Web .....	50
2.1.11.1 Pengertian Website .....	51
2.1.11.2 Homepage .....	51
2.1.11.3 Layout dan Desain.....	52
2.1.11.4 Rekayasa Web .....	52
2.1.11.5 Peta Navigasi .....	53
2.2 Analisa Data .....	54
2.2.1 Gambaran Institusi .....	54
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	57
2.3 Data Kompetitor .....	58
2.3 Analisis SWOT .....	59

**BAB III KONSEP PERANCANGAN “WEBSITE PROMOSI BAND INDIE INDONESIA” .....** **62**

3.1 Konsep Media .....	62
3.1.1 Tujuan Media.....	63
3.1.2 Strategi Media .....	63
3.1.3 Pemilihan Media .....	65
3.1.3.1 Target.....	65

3.1.3.2 Panduan Media .....	67
3.1.3.2.1 Media Utama .....	67
3.1.3.2.2 Media Above The Line dan Below The Line ..	67
3.1.3.2.3 Visual Merchandising.....	68
3.1.3.3 Program Media .....	68
3.2 Konsep Kreatif.....	71
3.2.1 Keyword.....	71
3.2.2 Strategi Kreatif.....	72
3.2.2.1 Warna .....	72
3.2.2.2 Tipografi.....	73
3.2.2.3 Image.....	76
3.2.2.4 Logo.....	77
3.2.2.5 Identitas Visual .....	78
3.2.2.6 Gaya Desain.....	79
3.2.2.7 Layout.....	80
3.2.3 Program Kreatif .....	87
3.2.3.1 Proses Cetak.....	87
3.2.3.2 Pra Produksi.....	87
3.2.3.3 Produksi .....	89
3.2.3.4 Pasca Produksi .....	91
3.3 Konsep Komunikasi.....	92
3.3.1 Tujuan Komunikasi .....	92
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	92

3.4 Perencanaan Biaya.....	93
3.4.1 Produksi.....	94
3.4.2 Promosi.....	95
<b>BAB IV DESAIN DAN APLIKASI.....</b>	<b>96</b>
4.1 Media Utama Website.....	96
4.2 Media Pendukung.....	102
4.2.1 Karakter.....	102
4.2.2 Logo.....	105
4.2.3 Poster.....	106
4.2.4 Flyer.....	107
4.2.5 Cover Cd.....	109
4.2.6 Packaging Cd.....	110
4.2.7 Label Cd.....	112
4.2.8 Banner.....	113
4.2.9 Name Card.....	115
4.2.10 Video Company Profile.....	116
4.3 Marchandise.....	118
4.3.1 Kalender.....	118
4.3.2 Sticker.....	120
4.3.3 T-shirt.....	121
4.3.8 Trucker Cap.....	122
4.3.8 Totebag.....	123

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>125</b>
5.1 Kesimpulan .....	125
5.2 Saran.....	126
5.2.1 Saran Untuk Lembaga Pendidikan.....	127
5.2.2 Saran Untuk Mahasiswa .....	127

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**