

DAFTAR ISI

Judul Laporan	i
Lembar Persetujuan Sidang	i
Lembar Pengesahan Sidang	ii
Lembar Pernyataan Keaslian Tugas Akhir	iii
Riwayat Hidup Penulis	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan	4
1.5. Metode Pengumpulan Data	4
1.6. Kerangka Pemikiran	10
1.7. Skematika Perancangan	11
BAB II Tinjauan Pustaka	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Teori Komunikasi.....	12
2.1.1.1. Komunikasi Massa.....	13
2.1.1.1.1. Pengertian Komunikasi Massa	14
2.1.1.1.2. Ciri-ciri Komunikasi Massa	15
2.1.1.1.3. Fungsi Komunikasi Massa	18

2.1.2.	Strategi Publikasi	20
2.1.3.	Psikologi Warna	21
2.1.4.	Semiotika	23
2.1.5.	Aspek Kultural	25
2.1.6.	Gaya Desain	26
2.1.7.	Unsur dan Prinsip Desain	29
2.1.7.1	Unsur-unsur Desain	30
2.1.7.2	Prinsip-prinsip Desain	35
2.1.8.	Ilustrasi pada Media Publikasi	38
2.1.9.	Tipografi pada Media Publikasi	40
2.1.10.	Layout	43
2.1.11.	Teori Buku.....	45
2.1.11.1	Anatomi buku	46
2.1.11.2	Struktur Buku	48
2.1.12.	Teori Fotografi.....	49
2.1.12.1	Prinsip Fotografi	51
2.1.12.2	Komposisi Fotografi	53
2.1.13	Teori Media	57
2.1.14	Teori Pariwisata.....	58
2.1.14.1	Pengertian obyek Wisata	60
2.2.	Analisa Data	62
2.2.1.	Gambaran Institusi	62
2.2.2.	Kondisi Media Komunikasi Visual	63
2.2.3.	Data Kompetitor	63
2.2.4.	SWOT	64
BAB III Konsep Perancangan Media Cetak Buku Fotografi Panduan Wisata		
“Melancong ke Banyumas”		
3.1.	Konsep Media	66

3.1.1.	Tujuan Media	66
3.1.2.	Strategi Media	67
3.1.3.	Pemilihan Media	67
3.1.3.1.	Target	67
3.1.3.2.	Panduan Media	57
3.1.3.3.	Program Media	69
3.2.	Konsep Kreatif	71
3.2.1.	Keyword	73
3.2.2.	Strategi Kreatif	73
3.2.2.1.	Warna	73
3.2.2.2.	Tipografi	77
3.2.2.3.	Image	80
3.2.2.4.	Logo	80
3.2.2.5.	Identitas Visual	82
3.2.2.6.	Gaya Desain	83
3.2.2.7.	Layout	85
3.2.3.	Program Kreatif	86
3.2.3.1.	Proses Cetak	86
3.2.3.2.	Pra Produksi	86
3.2.3.3.	Produksi	87
3.2.3.4.	Pasca Produksi	87
3.3.	Konsep Komunikasi	88
3.3.1.	Tujuan Komunikasi	89
3.3.2.	Strategi Komunikasi	89
3.4.	Perencanaan Biaya	91
3.4.1.	Produksi	91
3.4.2.	Promosi	91
3.4.3.	Merchandise.....	92
3.4.4.	Harga Keseluruhan.....	92

BAB IV Desain dan Aplikasi	93
4.1. Media Utama.....	93
4.1.1. Buku.....	93
4.1.2. Logo.....	99
4.2. Media Promosi	100
4.2.1 Poster.....	100
4.2.2 Brosur.....	101
4.2.3 X banner	103
4.2.4 Spanduk.....	104
4.2.5 Web digital (website dan Social Media).....	104
4.2.6 Flyer	106
4.3. Merchandise.....	107
4.3.1. Kalender	107
4.3.2. Pembatas Buku	108
4.3.3. Totebag	109
4.3.4. Tumbler	110
4.3.5. Pouch bag.....	110
4.3.6. Postcard.....	111
BAB V Penutup	112
5.1. Kesimpulan	112
5.2. Saran	113
Daftar Pustaka	115
Lampiran	