

DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG | i |
| HALAMAN PENGESAHAN SIDANG | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS | vii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| 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 | 3 |
| 1.5. Metode Pengumpulan Data | 4 |
| 1.6. Kerangka Pemikiran..... | 6 |
| 1.7. Skematika Perancangan..... | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA | 9 |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1. Teori Komunikasi | 9 |
| 2.1.2. Strategi Publikasi | 10 |
| 2.1.3. Psikologi Warna | 12 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.4. Semiotika | 16 |
| 2.1.5. Aspek Kultural | 17 |
| 2.1.6. Gaya Desain | 18 |
| 2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain..... | 19 |
| 2.1.7.1. Copy Writing..... | 20 |
| 2.1.7.2. Art Directing | 24 |
| 2.1.7.3. Prinsip Desain..... | 42 |
| 2.1.8. Ilustrasi pada Media Publikasi..... | 45 |
| 2.1.8.1. Fotografi..... | 46 |
| 2.1.9. Tipografi pada Media Publikasi | 61 |
| 2.1.9.1. Layout | 64 |
| 2.1.10. Anatomi Buku | 69 |
| 2.1.10.1. Struktur Buku | 72 |
| 2.1.10.2. Jenis Buku..... | 73 |
| 2.2. Analisa Data..... | 75 |
| 2.2.1. Gambaran Institusi..... | 75 |
| 2.2.2. Kondisi Media Komunikasi Visual..... | 76 |
| 2.2.3. Data Kompetitor..... | 76 |
| 2.2.4. SWOT..... | 77 |
| BAB III KONSEP PERANCANGAN BUKU BELITUNG | 78 |
| 3.1. Konsep Media..... | 78 |
| 3.1.1. Tujuan Media..... | 78 |
| 3.1.2. Strategi Media | 78 |

| | |
|---------------------------------|----|
| 3.1.3. Pemilihan Media | 79 |
| 3.1.3.1. Target..... | 79 |
| 3.1.3.2. Panduan Media..... | 80 |
| 3.1.3.3. Program Media..... | 82 |
| 3.2. Konsep Kreatif | 84 |
| 3.2.1. Keyword..... | 84 |
| 3.2.2. Strategi Kreatif..... | 85 |
| 3.2.2.1. Warna..... | 85 |
| 3.2.2.2. Tipografi | 86 |
| 3.2.2.3. Image | 87 |
| 3.2.2.4. Logo | 88 |
| 3.2.2.5. Identitas Visual..... | 89 |
| 3.2.2.6. Gaya Desain | 90 |
| 3.2.2.7. Layout | 91 |
| 3.2.3. Program Kreatif | 94 |
| 3.2.3.1. Proses Cetak..... | 94 |
| 3.2.3.2. Pra Produksi..... | 94 |
| 3.2.3.3. Produksi | 95 |
| 3.2.3.4. Pasca Produksi | 96 |
| 3.3. Konsep Komunikasi | 97 |
| 3.3.1. Tujuan Komunikasi | 97 |
| 3.3.2. Strategi Komunikasi..... | 97 |
| 3.4. Perancanaan Biaya..... | 99 |

| | |
|--|------------|
| 3.4.1. Produksi..... | 100 |
| 3.4.2. Promosi | 100 |
| BAB IV DESAIN dan APLIKASI..... | 101 |
| BUKU | |
| 4.1. Media Utama..... | 101 |
| 4.1.1. Buku | 101 |
| 4.1.2. Logo..... | 102 |
| 4.2. Media Promosi | 104 |
| 4.2.1. Poster..... | 104 |
| 4.2.2. Brosur..... | 105 |
| 4.2.3. X-Banner | 107 |
| 4.2.4. Digital..... | 108 |
| 4.3. Merchandise | 108 |
| 4.3.1. Kalender | 108 |
| 4.3.2. Pembatas Buku | 109 |
| 4.3.3. Tote Bag | 109 |
| BAB V PENUTUP..... | 110 |
| 5.1. Kesimpulan dan Saran..... | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 111 |
| LAMPIRAN | 112 |