

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Maksud dan tujuan perancangan.....	6
1.5. Metode Pengumpulan data.....	6
1.6. Kerangka Pemikiran	10
1.7. Skematika Perancangan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Komunikasi	12
2.1.1. Teori Komunikasi	12
2.1.1.1. Komunikasi Massa	14
2.1.1.2. Pengertian Komunikasi Massa	14
2.1.1.3. Ciri-ciri Komunikasi Massa	15
2.1.1.4. Fungsi Komunikasi Massa.....	16
2.1.2. Strategi Publikasi	18
2.1.3. Psikologi Warna.....	20
2.1.4. Semiotika	21
2.1.5. Aspek Kultural.....	22
2.1.6. Gaya Desain	23
2.1.6.1 Gaya Desain Post Modern.....	24

2.1.6.2 Gaya Desain Late Modern.....	25
2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain	26
2.1.7.1 Unsur Desain	26
2.1.7.1.1 Garis	26
2.1.7.2 Bidang.....	30
2.1.7.3 Bentuk.....	30
2.1.7.4 Warna	33
2.1.7.5 Ruang	37
2.1.7.6 Gelap Terang	37
2.1.7.7 Texture.....	38
2.1.7.8 Komposisi	39
2.1.7.2 Prinsip Desain.....	42
2.1.7.2.1 Irama.....	43
2.1.7.2.2 Kesederhanaan.....	44
2.1.7.2.3 Keseimbangan	45
2.1.7.2.4 Pusat Perhatian.....	46
2.1.7.2.5 Kesatuan.....	47
2.1.7.2.6 Tipografi	48
2.1.8 Ilustrasi Pada Media Publikasi	48
2.1.9 Tipografi Pada Media Publikasi.....	50
2.1.10 Teori Buku	53
2.2 Analisa Data.....	56
2.2.1 Lembaran Institusi	56
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	57
2.2.3 Data Kompetitor	57
2.2.4 Swot	58
 BAB III Konsep Perancangan Buku Musculokeletal Lutut	59
3.1. Konsep Media	59
3.1.1. Tujuan Media	59
3.1.2. Strategi Media.....	60

3.1.3. Pemilihan Media	60
3.1.3.1. Target Media	61
3.1.3.2. Panduan Media	61
3.1.3.2.1 Media Above The Line	61
3.1.3.2.2 Media Below The Line	62
3.1.3.3 Visual Merchandising	62
3.1.3.3. Program Media	63
3.1.3.3.1 Buku Panduan.....	63
3.1.3.3.2 Kartu Latihan.....	63
3.1.3.3.3 Poster.....	63
3.1.3.3.4 Flyer	64
3.1.3.3.5 X Banner	64
3.1.3.3.6 Iklan Media Digital	64
3.1.3.3.7 Pembatas Buku.....	64
3.1.3.3.8 Kalender.....	64
3.1.3.3.9 Pulpen	65
3.1.3.3.10 Mug	65
3.1.3.3.11 Papper Bag	65
3.2 Konsep Kreatif	65
3.2.1 Keyword.....	66
3.2.2 Strategi Kreatif	66
3.2.2.1 Warna	66
3.2.2.2 Tipografi	66
3.2.2.3 Image	69
3.2.2.4 Logo	69
3.2.2.5 Identitas Visual	70
3.2.2.6 Gaya Desain	71
3.2.2.7 Layout	71
3.2.3 Program Kreatif.....	71
3.2.3.1 Proses Cetak.....	72
3.2.3.2 Pra Produksi.....	72

3.2.3.3 Produksi	72
3.2.3.4 Pasca Produksi	73
3.2 Konsep Komunikasi	73
3.3.2 Strategi Komunikasi	74
3.3 Perencanaan Biaya.....	75
BAB IV PEMBAHASAN	78
4.1. Media Utama	78
4.1.1. Buku	78
4.1.2. Kartu Latihan	82
4.1.3. Logo.....	84
4.2. Media Promosi	84
4.2.1. Poster	85
4.2.2. Flyer.....	87
4.2.3. X Banner.....	89
4.2.4. Iklan Digital	91
4.3. Merchandise.....	91
4.3.1 Pembatas Buku	92
4.3.2 Kalender.....	92
4.3.3 Pulpen	93
4.3.4 Mug	93
4.3.5 Papper Bag	94
BAB V PENUTUP	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	xv