

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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	8
1.7 Sistematika Perancangan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Komunikasi	10
2.1.2 Strategi Publikasi	11

2.1.3 Psikologi Warna	12
2.1.4 Semiotika	14
2.1.5 Aspek Kultural	15
2.1.6 Gaya Desain	16
2.1.6.1 <i>Postmodern</i>	17
2.1.6.2 <i>Flat Design</i>	18
2.1.6.3 <i>Swiss International Style</i>	19
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain	20
2.1.7.1 Unsur Desain	20
2.1.7.1.1 Garis	20
2.1.7.1.2 Bidang	23
2.1.7.1.3 Bentuk	23
2.1.7.1.4 Warna	24
2.1.7.1.5 Ruang	27
2.1.7.1.6 Gelap Terang	28
2.1.7.1.7 Tekstur	28
2.1.7.1.8 Komposisi	30
2.1.7.2 Prinsip Desain	32
2.1.7.2.1 Irama	32
2.1.7.2.2 Kesederhanaan	33
2.1.7.2.3 Keseimbangan	34
2.1.7.2.4 Pusat Perhatian	34
2.1.7.2.5 Kesatuan	35

2.1.7.2.6 Tipografi	36
2.1.8 Ilustrasi Pada Media Publikasi	36
2.1.9 Tipografi Pada Media Publikasi	37
2.1.10 Kampanye Non Komersial	40
2.1.11 <i>Event</i>	41
2.1.12 <i>Android</i>	41
2.1.13 <i>User Interface Design</i>	42
2.2 Analisa Data	43
2.2.1 Gambaran Institusi	43
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual	44
2.2.3 Data Kompetitor	44
2.2.4 SWOT	44
BAB III KONSEP PERANCANGAN KAMPANYE	46
3.1 Konsep Media	46
3.1.1 Tujuan Media	46
3.1.2 Strategi Media	46
3.1.3 Pemilihan Media	47
3.1.3.1 Target	47
3.1.3.2 Panduan Media	47
3.1.3.3 Program Media	48
3.2 Konsep Kreatif	50
3.2.1 Keyword	50
3.2.2 Strategi Pemilihan Nama Fitto	50

3.2.3 Strategi Kreatif	51
3.2.3.1 Warna	51
3.2.3.2 Tipografi	52
3.2.3.3 <i>Image</i>	53
3.2.3.4 Logo	54
3.2.3.5 Identitas Visual	54
3.2.3.6 Gaya Desain	54
3.2.3.7 <i>Layout</i>	55
3.2.4 Program Kreatif	55
3.2.4.1 Proses Cetak	55
3.2.4.2 Pra Produksi	55
3.2.4.3 Produksi	56
3.2.4.4 Pasca Produksi	56
3.3 Konsep Komunikasi	57
3.3.1 Tujuan Komunikasi	57
3.3.2 Strategi Komunikasi	57
3.4 Perencanaan Biaya	61
3.4.1 Produksi	61
3.4.2 Promosi	61
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	63
4.1 Logo	63
4.1.1 Logo	63
4.1.2 Slogan	63

4.1.3 Penetapan Identitas Visual	64
4.2 Aplikasi Fitto	67
4.2.1 Konsep Desain	68
4.2.1.1 <i>Brainstorming</i>	68
4.2.2 Konsep Kreatif	69
4.2.2.1 Sumber Inspirasi dari Kompetitor Aplikasi Sejenis ..	69
4.2.2.2 Tipografi	69
4.2.2.3 Palet Warna	70
4.2.3 Tahap Sketsa	70
4.2.4 Tahap <i>Final Artwork</i>	71
4.2.5 Tahap <i>Finishing</i>	72
4.2.6 Deskripsi Hasil Perancangan	73
4.2.6.1 Media Utama (Aplikasi Fitto)	73
4.2.6.2 Media Publikasi	84
4.2.6.2.1 Stationery	84
4.2.6.2.1.1 Kop Surat	85
4.2.6.2.1.2 Amplop	87
4.2.6.2.1.3 Kartu Nama	88
4.2.6.2.2 <i>Company Profile</i>	89
4.2.6.2.3 Poster	92
4.2.6.2.4 Buku Katalog	96
4.2.6.2.5 Brosur	99
4.2.6.2.6 Flyer	101

4.2.6.2.7 Spanduk	102
4.2.6.2.8 Billboard	103
4.2.6.2.9 Iklan Majalah	105
4.2.6.2.10 Iklan Koran	106
4.2.6.2.11 <i>X-Banner</i>	108
4.2.6.2.12 <i>e-Flyer</i>	109
4.2.6.2.13 <i>Merchandise</i>	111
4.2.6.2.13.1 Kalender.....	111
4.2.6.2.13.2 Topi	113
4.2.6.2.13.3 Wristband	114
4.2.6.2.13.4 Agenda	115
4.2.6.2.13.5 <i>T-Shirt</i>	116
4.2.6.2.13.6 Botol Minum	117
4.2.6.2.13.7 Pin	118
4.2.6.2.13.8 Pulpen	119
4.2.6.2.13.9 Mug	120
4.2.6.2.13.10 Tas	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	124
5.2.1 Saran Untuk Lembaga Pendidikan	124
5.2.2 Saran Untuk Lembaga Terkait	124
5.2.3 Saran Untuk Mahasiswa	124

DAFTAR REFERENSI	125
LAMPIRAN	128

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unaqul