

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Metode Pengumpulan Data	5
1.6. Kerangka Pemikiran	5
1.7. Skematika Perancangan	6
BAB 2. LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Teori Komunikasi	8
2.1.1.1 Tujuan Komunikasi	9
2.1.2. Strategi Publikasi.....	11
2.1.3. Psikologi Warna	12
2.1.4. Semiotika	13
2.1.5. Aspek Kultural	13
2.1.6. Gaya Desain	15
2.1.6.1 Post Modern	16
2.1.6.2. Memphis	16
2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain	17
2.1.7.1. Unsur Desain	17
2.1.7.1.1. Garis	17
2.1.7.1.2. Bentuk	18
2.1.7.1.3. Tekstur.....	19
2.1.7.1.4. Ruang	21
2.1.7.1.5. Warna	22
2.1.7.2. Prinsip Desain	25
2.1.7.2.1. Irama	26
2.1.7.2.2. Kesederhanaan	26
2.1.7.2.3. Keseimbangan	27
2.1.7.2.4. Pusat Perhatian	28

Universitas Esa Unggul

2.1.7.2.5. Kesatuan	28
2.1.8. Ilustrasi	29
2.1.9. Tipografi pada Media Publikasi	30
2.1.10. Buku.....	33
2.2. Analisa Data	35
2.2.1. Gambaran Institusi	35
2.2.2. Kondisi Media Komunikasi Visual	35
2.2.3. Data Kompetitor	35
2.2.4. Analisa S.W.O.T	36
BAB 3. KONSEP PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI PAHLAWAN SUPER WANITA DI INDONESIA	37
3.1. Konsep Media	37
3.1.1. Tujuan Media	37
3.1.2. Strategi Media	37
3.1.3. Pemilihan Data	37
3.1.3.1. Target	38
3.1.3.2. Panduan Media	38
3.2. Konsep Kreatif	40
3.2.1. Keyword	40
3.2.2. Strategi Kreatif	40
3.2.2.1. Warna	40
3.2.2.2. Tipografi	42
3.2.2.3. Image	43
3.2.2.4. Logo	43
3.2.2.5 Identitas Visual	43
3.2.2.6. Gaya Desain	44
3.2.2.7. Layout	45
3.2.3. Program Kreatif	46
3.2.3.1. Pra Produksi	46
3.2.3.2. Produksi	46
3.2.3.3. Pasca Produksi	47
3.3. Konsep Komunikasi	48
3.3.1 Tujuan Komunikasi	48
3.3.2. Strategi Komunikasi	48
3.4. Perencanaan Biaya	48
3.4.1. Produksi	49
3.4.2. Promosi	49
BAB 4. DESAIN DAN APLIKASI	51
4.1. Media Utama	51
4.1.1. Buku	51
4.1.1.1. Visi dan Misi Buku	51
4.1.2. Logo	51

4.1.2.1. Tujuan Logo	51
4.2.2. Slogan	52
4.2.3. Penetapan Identitas Visual	52
4.2. Media Promosi	53
4.2.1. Poster	53
4.2.2. Brosur	55
4.2.3. Spanduk	57
4.2.4. Digital	58
4.2.5. Flyer	59
4.2.6 X-Banner	61
4.3. Merchandise	62
4.3.1. Kalender	62
BAB 5. PENUTUP	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
5.2.1. Bagi Perusahaan	64
5.2.2. Bagi Lembaga Pendidikan	64
5.2.3. Bagi Mahasiswa	64
DAFTAR PUSTAKA	65