

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN TANDA KELULUSAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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	7
1.6. Kerangka Pemikiran	8
1.7. Skematika Perancangan	9
II. LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA	11
2.1.1. Teori Komunikasi	11
2.1.2. Strategi Publikasi	13

2.1.3.	Psikologi Warna	14
2.1.4.	Semiotika	16
2.1.5.	Aspek Kultural	17
2.1.6.	Gaya Desain	18
2.1.7.	Unsur dan Prinsip Desain	22
2.1.7.1.	Unsur Desain	22
2.1.7.2.	Prinsip Desain	41
2.1.8.	Ilustrasi pada Media Publikasi	46
2.1.9.	Tipografi pada Media Publikasi	47
2.1.10.	Fotografi pada Media Publikasi.....	50
2.2.	Analisa Data	55
2.2.1.	Gambaran Institusi	55
2.2.2.	Kondisi Media Komunikasi Visual	59
2.2.3.	Data Kompetitor	60
2.2.4.	SWOT	62
III.	KONSEP PERANCANGAN JUDUL TA	64
3.1.	Konsep Media	64
3.1.1.	Tujuan Media	64
3.1.2.	Strategi Media	65
3.1.3.	Pemilihan Media	66
3.1.3.1.	Target	66
3.1.3.2.	Panduan Media	67
3.1.3.3.	Program Media	67

3.2.	Konsep Kreatif	68
3.2.1.	Keyword	68
3.2.2.	Strategi Kreatif	68
3.2.2.1.	Warna	69
3.2.2.2.	Tipografi	70
3.2.2.3.	Image	71
3.2.2.4.	Logo	72
3.2.2.5.	Identitas Visual	73
3.2.2.6.	Gaya Desain	73
3.2.2.7.	Layout	73
3.2.3.	Program Kreatif	74
3.2.3.1.	Program Cetak	74
3.2.3.2.	Pra Produksi	74
3.2.3.3.	Produksi	75
3.2.3.4.	Pasca Produksi	75
3.3.	Konsep Komunikasi	75
3.3.1.	Tujuan Komunikasi	75
3.3.2.	Strategi Komunikasi	76
3.4.	Perencanaan Biaya	76
3.4.1.	Produksi	77
3.4.2.	Promosi	77
IV.	DESAIN dan APLIKASI	79
4.1.	Video Profile	79

4.2.	Dokumentasi Storyboard	79
4.3.	Media Pendukung	81
4.3.1.	Cover	81
4.3.2.	Label Stiker	82
4.3.3.	Poster	83
4.3.4.	Billboard	84
4.3.5.	Iklan di Bis	85
4.3.6.	Stiker	86
4.3.7.	T-shirt	86
4.3.8.	Pin	87
4.3.9.	X-Banner	88
V.	PENUTUP	89
5.1.	Kesimpulan dan Saran	89
	DAFTAR PUSTAKA	91
	LAMPIRAN	93