

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Maksud dan Tujuan	4
1.5. Manfaat Penciptaan	4
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2. Manfaat Praktis	4
1.6. Metode Pengumpulan Data	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Data Primer.....	5
1.6.2. Manfaat Praktis	4
1.7. Kerangka Berpikir.....	7
1.8. Skematika Perancangan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Komunikasi	10
2.1.1.2 Unsur Komunikasi	11
2.1.1.3 Teknik Komunikasi	12
2.1.2 Intermedia.....	14
2.1.2.1 Pengertian Multimedia Interaktif	14

2.1.2.2 Model-model Multimedia Interaktif.....	15
2.1.2.3 Game Interaktif.....	16
2.1.2.4 Augmanted Reality.....	17
2.1.3 Strategi Publikasi.....	18
2.1.4 Android.....	19
2.1.5 User Interface.....	21
2.1.6 User Eperience.....	21
2.1.7 Semiotika.....	22
2.1.8 Aspek Kultural.....	23
2.1.9 Definisi Museum.....	24
2.1.10 Visual.....	33
2.1.11 Art Directing.....	33
2.1.12.1.1 Titik.....	34
2.1.12.1.2 Garis.....	35
2.1.12.1.3 Bidang.....	36
2.1.12.1.4 Bentuk.....	36
2.1.12.1.5 Ruang.....	37
2.1.12.1.6 Warna.....	38
2.1.12.1.7 Tekstur.....	40
2.1.12.1.8 Komposisi.....	41
2.1.12.1.9 Gelap Terang.....	42
2.1.12.1.10 Ilustrasi.....	43
2.1.12.2 Prinsip Desain.....	43
2.1.12.2.1 Kesatuan (Unity).....	44
2.1.12.2.2 Keseimbangan (Balance).....	44
2.1.12.2.3 Ritme (Rythm).....	45
2.1.12.2.4 Penekanan (Emphasis).....	46
2.1.12.2.5 Proporsi.....	46
2.1.13 Copywriting.....	47
2.1.13.1.1 Headline.....	48
2.1.13.1.2 Sub Headline.....	49

2.1.13.1.3 Body Copy.....	49
2.1.13.1.4 Tipografi.....	50
2.1.15 Layout.....	51
2.1.16 Aliran Gaya Desain dalam Desain Grafis.....	52
2.1.17 Postmodern.....	52
2.1.18 Flat Design.....	54
2.1.19 Grunge Style.....	55
2.1 Analisa Data.....	56
2.2.1 Gambaran Institusi.....	56
2.2.2.1 Kelembagaan.....	57
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	57
2.2.3 Data Kopetitor.....	59
2.2.4 Metode Perancangan.....	61
2.2.5 Analisa(SWOT).....	63
BAB III KONSEP PERANCANGAN APLIKASI PENCARIAN MEDIA INTERAKTIF AUGMANTED REALTY (GAME BANTEN PURBAKA.....	64
3.1 Konsep Media	64
3.1.1 Tujuan Media	65
3.1.2 Starategi Media	65
3.1.3 Pemilihan Media	66
3.1.4 Panduan Media	67
3.1.5 Program Media	68
3.2 Konsep Kreatif	71
3.2.1 Keyword	71
3.2.2 Strategi Kreatif	72
3.2.2.1 Warna.....	72
3.2.2.2 tipografi	73
3.2.2.3 Ilustrasi	74
3.2.2.4 Logo	75

3.2.2.5 Indentitas Visual	76
3.2.2.6 Logo Refinement.....	79
3.2.2.7 Gaya Desain	79
3.2.2.7 Layout	81
3.2.3 Program Kreatif	82
3.2.3.1 Proses Cetak	82
3.2.3.2 Pra Produksi	83
3.2.3.3 Produksi	84
3.2.3.4 Pasca Produksi	86
3.3 Konsep Komunikasi	86
3.3.1 Tujuan Komunikasi	87
3.3.2 Strategi Komunikasi	87
3.4 Perencanaan Biaya	89
3.4.1 Produksi Media Utama	89
3.4.2 Promosi (Media Pendukung).....	90
3.4.3 Merchandise	91
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	92
4.1 Media Utama	92
4.1.1 Aplikasi	92
4.1.1.1 Screen Awal	96
4.1.1.2 Screen Permainan.....	97
4.1.1.3 Screen Jawaban Salah	98
4.2 Media Promosi	100
4.2.1 Poster	101
4.2.2 Brosur	102
4.2.3 Label Sticker	104
4.2.4 Billboard	105
4.2.5 Iklan Digital	106
4.2.6 Company PProfile	107
4.2.6.1 Stationery	107
4.3 merchandise	111

4.3.1 Kalender	111
4.3.2 Totebag	112
4.3.3 Tumbler	113
4.3.4 Pin	114
4.3.5 Gantungan Kunci	114
4.3.6 Kaos	115
4.3.7 Pouch.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan dan Saran	117
5.2 Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

ARTIKEL DAN JURNAL

LAMPIRAN

Universitas Esa Unggul

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U