

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Maksud dan Tujuan .....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6 Kerangka Pemikiran .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Teori Komunikasi.....	6
2.1.2 Startegi Publikasi .....	7
2.1.3 Teori Media.....	8
2.1.4 Komunikasi Massa .....	8
2.1.4.1 Ciri Ciri Komunikasi Massa .....	9
2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	10
2.1.5 Animasi.....	11
2.1.6 Augment Reality .....	13
2.1.7 Pop Up .....	14
2.2 Strategi Publikasi .....	15
2.2.1 Strategi 5W+1H .....	15
2.2.2 <i>Event</i> .....	16
2.2.3 Psikologi Warna.....	17
2.2.4 Semiotika .....	21

2.2.5	Aspek Kultural .....	21
2.2.6	Gaya Desain.....	22
2.2.7	Unsur dan Prinsip Desain.....	23
2.2.7.1	Titik .....	23
2.2.7.2	Garis .....	23
2.2.7.3	Bidang .....	24
2.2.7.4	Ruang .....	26
2.2.7.5	Gelap Terang / Value .....	26
2.2.7.6	Tekstur .....	27
2.2.7.7	Warna .....	27
2.2.8	Prinsip Desain.....	28
2.2.9	Ilustrasi.....	31
2.2.10	Tipografi Pada Media Publikasi.....	31
2.3	Analisa Data.....	34
2.3.1	Gambaran Museum .....	34
2.3.2	Data Kompetitor.....	35
2.3.3	Analisa SWOT .....	35
<b>BAB III</b>	<b>KONSEP PERANCANGAN EVENT .....</b>	<b>37</b>
3.1	Konsep Media.....	37
3.1.1	Tujuan Media .....	37
3.1.2	Strategi Media .....	37
3.1.2.1	Khalayak Sasaran .....	38
3.1.3	Pemilihan Media .....	38
3.1.3.1	Target .....	38
3.1.3.2	Panduan Media .....	39
3.2	Konsep Kreatif .....	39
3.2.1	Keyword .....	41
3.2.2	Strategi Kreatif .....	41
3.2.2.1	Warna .....	41
3.2.2.2	Tipografi .....	42
3.2.2.2.1	Rockwell .....	42
3.2.2.2.2	<i>SF Kingstone</i> .....	42

3.2.2.2.3 <i>Franklin Gothic Book</i> .....	43
3.2.2.3 Image .....	43
3.2.2.4 Logo .....	43
3.2.2.5 Identifikasi Visual .....	44
3.2.2.5.1 Logo Loko Uap .....	44
3.2.2.5.2 Ilustrasi Loko Uap .....	44
3.2.2.5.3 Media Promosi .....	44
3.2.2.6 Gaya Desain .....	45
3.2.2.7 Layout .....	46
3.2.2.7.1 Copywriting .....	46
3.2.2.7.1 Art Directing .....	48
3.2.3 Program Kreatif .....	50
3.2.3.1 Proses Cetak .....	50
3.2.3.2 Pra Produksi .....	49
3.2.3.3 Produksi .....	51
3.2.3.4 Pasca Produksi .....	51
3.3 Konsep Komunikasi.....	52
3.2.1 Tujuan Komunikasi .....	52
3.2.2 Strategi Komunikasi .....	53
3.4 Perencanaan Biaya .....	54
3.4.1 Produksi ... ..	54
3.4.2 Promosi .....	55
<b>BAB IV DESAIN DAN APLIKASI.....</b>	<b>56</b>
4.1 Logo .....	56
4.1.1 Logo Event Selotip.....	56
4.1.2 Slogan .....	57
4.1.3 Penetapan Identitas Visual.....	57
4.2 Media Publikasi .....	58
4.2.1 Company Profile .....	58
4.2.2 Poster .....	59
4.2.3 Katalog .....	60
4.2.4 Brosur .....	60

4.2.5 Flayer .....	61
4.2.6 Spanduk .....	62
4.2.7 Billboard .....	62
4.2.8 Iklan Majalah .....	63
4.2.9 Iklan Koran .....	64
4.2.10 X Banner .....	64
4.3 Merchandise.....	65
4.3.1 Kalender .....	65
4.3.2 Mug .....	65
4.3.3 Totebag .....	66
4.3.4 Agenda .....	66
4.4 Perancangan Event Selotip.....	67
4.4.1 Event Selotip.....	67
4.4.1.1 Acara 21 April 2021 .....	67
4.4.1.2 Acara 22 April 2021... .....	67
4.4.1.3 Acara 23 April 2021... .....	68
4.4.2 Denah Lokasi Kegiatan Perancangan Event.....	68
4.4.3 Hasil Perancangan Event Selotip.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

**Lampiran-1: Data Wawancara Informan & Key Informan**

**Lampiran-2: Dokumentasi**

**Lampiran-3: Dokumentasi Penulis & Karya**