

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SIDANG</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN TA</b> .....	iv
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN TABEL</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xvi
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan .....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6 Kerangka Berfikir .....	7
1.7 Sistematika Perancangan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Teori Komunikasi .....	9
2.1.2 Strategi Publikasi .....	10
2.1.3 Psikologi Warna .....	11
2.1.4 Semiotika .....	18
2.1.5 Aspek Kultural .....	19
2.1.6 Gaya Desain .....	21

2.1.7	Unsur dan Prinsip Desain .....	25
2.1.7.1	Unsur Desain .....	25
2.1.7.2	Prinsip Desain .....	36
2.1.8	Ilustrasi pada Media Publikasi.....	39
2.1.9	Tipografi pada Media Publikasi .....	40
2.1.10	Teori Buku.....	52
2.1.10.1	Anatomi Buku .....	52
2.1.10.2	Struktur Buku .....	55
2.1.10.3	Jenis – Jenis Buku .....	57
2.1.10.4	Penjilidan Buku .....	58
2.1.11	Ilustrasi .....	60
2.1.11	Layout .....	64
2.2	Analisa Data .....	66
2.2.1	Gambaran Institusi.....	66
2.2.2	Kondisi Media Komunikasi Visual .....	67
2.2.3	Data Kompetitor .....	67
2.2.4	SWOT.....	68

<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN BUKU PANDUAN KESEHATAN PSIKOLOGI IBU PASCA MELAHIRKAN .....</b>	<b>70</b>
3.1 Konsep Media .....	70
3.1.1 Tujuan Media.....	70
3.1.2 Strategi Media.....	71
3.1.3 Pemilihan Media .....	73
3.1.3.1 Target .....	73
3.1.3.2 Panduan Media.....	74
3.1.3.3 Program Media.....	75
3.2 Konsep Kreatif .....	77
3.2.1 Keyword .....	78
3.2.2 Strategi Kreatif.....	78
3.2.2.1 Warna.....	79

3.2.2.2	Tipografi .....	79
3.2.2.3	Image.....	81
3.2.2.4	Identitas Visual .....	83
3.2.2.5	Gaya Desain .....	85
3.2.2.6	Layout .....	86
3.2.3	Program Kreatif .....	87
3.2.3.1	Proses Cetak.....	87
3.2.3.2	Pra Produksi .....	87
3.2.3.3	Produksi .....	88
3.2.3.4	Pasca produksi.....	89
3.3	Konsep Komunikasi .....	89
3.3.1	Tujuan Komunikasi.....	89
3.3.2	Strategi Komunikasi .....	90
3.4	Perencanaan Biaya .....	90
3.4.1	Produksi .....	90
3.4.2	Promosi .....	91
<b>BAB IV</b>	<b>DESAIN DAN APLIKASI .....</b>	<b>92</b>
4.1	Media Utama .....	92
4.1.1	Buku.....	92
4.1.2	Logo.....	95
4.2	Media Promosi .....	97
4.2.1	Poster .....	97
4.2.2	Brosur.....	98
4.2.3	X - banner .....	100
4.2.4	Media Digital .....	101
4.3	Merchandise .....	102
4.3.1	Totebag .....	102
4.3.2	Kalender.....	102
4.3.3	Pembatas Buku .....	103

4.3.4 Bantal .....	104
4.3.5 Mug .....	105
4.3.6 Gantungan Kunci .....	106
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xix</b>
<b>WEBSITE .....</b>	<b>xxii</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TA .....</b>	<b>xxv</b>