

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.1 Data Lapangan	5
1.5.2 Data Kajian Literatur	7
1.5.3 Data kajian karya komunikasi Visual acuan	8
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Skematika Perancangan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Komunikasi	11
2.1.2 Strategi Publikasi	12
2.1.3 Psikologi Warna	13
2.1.4 Semiotika	13

2.1.5 Aspek Kultural.....	14
2.1.6 Gaya Desain	15
2.1.6.1 Gaya Desain Mamphi.....	16
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain	17
2.1.7.1 Prinsip Desain	18
2.1.7.2 Unsur Desain	24
2.1.8 Ilustrasi Pada Media Publikasi	28
2.1.9 Typography Pada Media Publikasi	29
2.1.10 Event	33
2.2 Analisa Data	34
2.2.1 Gambaran Institusi	34
2.2.1.1 Pengertian Event	34
2.2.1.2 Layour	34
2.2.1.3 Sejarah Huburan Masa Lalu di Indonesia.....	36
2.2.1.4 Pengertian Standup Comedu	36
2.2.1.5 Sejarah Singkat Standup Comedy di Indonesia	37
2.2.1.6 Segmentasi Pasar	40
2.2.1.7 Psitioning	40
2.2.1.8 Target Audience	40
2.2.2 Kondisi Media Publikasi visual	41
2.2.3 Data Kompetitor	41
2.2.3.1 Ideafest Comedy	41
2.2.4 SWOT	42

BAB III KONSEP PERANCANGAN EVENT STANDUP COMEDY (COMEDY CAMP)

3.1 Konsep Media	44
3.1.1 Tujuan Media	44
3.1.2 Strategi Media	44

3.1.3 Pemilihan Media	46
3.1.3.1 Target Media	46
3.1.3.2 Panduan Media	46
3.1.3.3 Program Media	47
3.2 Konsep Kreatif	47
3.2.1 Keyword	48
3.2.2 Strategi Kreatif	48
3.2.2.1 Warna	48
3.2.2.2 Tipografi	50
3.2.2.3 Image	52
3.2.2.4 Logo	53
3.2.2.5 Identitas Visual	54
3.2.2.6 Gaya Desain	54
3.2.2.7 Layout	55
3.2.3 Program Kreatif	55
3.2.3.1 Proses Cetak	55
3.2.3.2 Pra Produksi	55
3.2.3.3 Produksi	56
3.2.3.4 Pasca Produksi	56
3.3 <i>Timeline</i>	56
3.4 Konsep Komunikasi	57
3.4.1 Tujuan Komunikasi	57
3.4.2 Strategi Komunikasi	57
3.5 Perencanaan Biaya	58
3.5.1 Produksi	58
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	
4.1 Logo	60
4.1.1 Logo	61

4.1.2 Logotype.....	62
4.1.3 Slogan	63
4.1.4 Penetapan Identitas Visual	63
4.2 Teori Gestalt	63
4.3 Stationery	64
4.3.1 Kop Surat, Kartu Nama, Amplop	64
4.4 Media Publikasi	66
4.4.1 Company Profile.....	67
4.4.2 Poster	67
4.4.3 Brosur	68
4.4.4 Spanduk	69
4.4.5 Billboard	70
4.4.6 Iklan Majalah.....	71
4.4.7 Iklan Koran	72
4.5 Merchandise	72
4.5.1 Kalender	73
4.5.2 Totebag	74
4.5.3 Mug	74
4.5.4 Pin	75

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Untuk Lembaga Pendidikan	77
5.2.2 Saran Untuk Lembaga Terkait	77
5.2.3 Saran Untuk Mahasiswa	77
DAFTAR Pustaka	78
LAMPIRAN	81