

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan	4
1.5. Metode Pengumpulan Data	4
1.5.1 Data Lapangan	4
1.5.2 Data Kajian Literatur	7
1.6. Kerangka Pemikiran	7
1.7. Skematika Perancangan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Komunikasi	11
2.1.2 Strategi Publikasi	13
2.1.3 Psikologi Warna	14
2.1.4 Semiotika	20
2.1.4.1 Teori Roland Barthes	20
2.1.4.2 Teori Ferdinand De Saussure	21
2.1.5. Aspek Kultural	22
2.1.6 Gaya Desain	24
2.1.6.1 Gaya Desain Futurisme	25
2.1.6.2 Gaya Desain Post Modern	26
2.1.6.3 Gaya Desain Swiss International	27

2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain	29
2.1.7.1 Unsur Desain	29
2.1.7.2 Prinsip Desain	32
2.1.8. Ilustrasi pada Media Publikasi	38
2.1.9. Tipografi pada Media Publikasi	40
2.1.9.1 Sejarah Tipografi	41
2.1.9.2 Jenis-jenis Tipografi	41
2.1.10 Teori Kampanye	43
2.1.10.1 Jenis-jenis Kampanye	44
2.1.10.2 Jenis-jenis Media Kampanye	45
2.1.10.3 Strategi Kampanye	53
2.2. Analisa Data	54
2.2.1 Gambaran Institusi	54
2.2.1.1 Sejarah Indonesia Mengajar	55
2.2.1.2 Visi dan Misi	57
2.2.1.3 Lokasi Institusi	57
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual	58
2.2.3 Data Kompetitor	58
2.2.3.1 Sejarah Banten Mengajar	59
2.2.3.2 Visi dan Misi	60
2.2.4 SWOT	61
BAB III KONSEP PERANCANGAN “KAMPANYE NON KOMERSIL “BERAKSI TANPA BATAS (BEBAS)”	62
3.1. Konsep Media	62
3.1.1 Tujuan Media	62
3.1.2 Strategi Media	62
3.1.3 Pemilihan Media	63
3.1.3.1 Target	63
3.1.3.2 Panduan Media	64
3.1.3.3 Program Media	64
3.2. Konsep Kreatif	65
3.2.1 Keyword	66
3.2.2 Strategi Kreatif	66
3.2.2.1 Warna	66

3.2.2.2	Tipografi	68
3.2.2.3	Image	69
3.2.2.4	Logo	70
3.2.2.5	Identitas Visual	71
3.2.2.6	Gaya Desain	71
3.2.2.7	Layout	72
3.2.3	Program Kreatif	73
3.2.3.1	Proses Cetak	73
3.2.3.2	Pra Produksi	74
3.2.3.3	Produksi	74
3.2.3.4	Pasca Produksi	75
3.3.	Konsep Komunikasi	75
3.3.1	Tujuan Komunikasi	76
3.3.2	Strategi Komunikasi	76
3.4.	Perencanaan Biaya	77
3.4.1	Produksi	77
3.4.2	Promosi	78
	BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	79
4.1.	Logo	79
4.1.1	Logo	79
4.1.2	Slogan	80
4.1.3	Penetapan Identitas Visual	80
4.2.	Stationery	84
4.2.1	Kop Surat, Kartu Nama, Kuitansi, Amplop, Map	84
4.3.	Media Publikasi	87
4.3.1	Company Profile	88
4.3.2	Poster	88
4.3.3	Katalog	91
4.3.4	Brosur	94
4.3.5	Flyer	96
4.3.6	Spanduk	97
4.3.7	Billboard	99
4.3.8	Iklan Majalah	100
4.3.9	Iklan Koran	102

4.4.	Merchandise	103
4.4.1	Kalender	103
4.4.2	Tas	104
4.4.3	Agenda	105
4.4.4	Pin, Pen, Botol Minum, Stiker	106
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	108
5.1.	Simpulan	108
5.2.	Saran	109
	DAFTAR PUSTAKA	111
	LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kantor Indonesia Mengajar	5
Gambar 1.2 Saat Melakukan Proses Pembuatan Poster	5
Gambar 1.3 Setelah Wawancara dengan Ibu Faidah Naila	6
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran	9
Gambar 1.5 Mind Mapping	10
Gambar 2.1 Warna Merah	15
Gambar 2.2 Warna Hijau	15
Gambar 2.3 Warna Biru	16
Gambar 2.4 Warna Kuning	16
Gambar 2.5 Warna Oranye	17
Gambar 2.6 Warna Cokelat	17
Gambar 2.7 Warna Ungu	18
Gambar 2.8 Warna Merah Muda	18
Gambar 2.9 Warna Hitam	19
Gambar 2.10 Warna Putih	19
Gambar 2.11 Gaya Desain Futurisme	26
Gambar 2.12 Gaya Desain Postmodern	27
Gambar 2.13 Gaya Desain Swiss International	28
Gambar 2.14 Unsur Garis	29
Gambar 2.15 Unsur Bentuk/Bidang	30
Gambar 2.16 Unsur Tekstur	31
Gambar 2.17 Unsur Ruang	31
Gambar 2.18 Unsur Warna	32
Gambar 2.19 Prinsip Keseimbangan	34
Gambar 2.20 Prinsip Penekanan	34
Gambar 2.21 Prinsip Kesatuan	35
Gambar 2.22 Prinsip Proporsi	36
Gambar 2.23 Prinsip Irama	37
Gambar 2.24 Prinsip Gelap Terang	38
Gambar 2.25 Contoh Ilustrasi Berjudul <i>Inferno</i> Karya Gustave Dore	39
Gambar 2.26 Contoh Ilustrasi Langkah Demi Langkah Mewarnai Rambut	39

Gambar 2.27 Contoh Ilustrasi Didalam Sebuah Text Book	40
Gambar 2.28 Anatomi Tipografi	41
Gambar 2.29 Jenis-jenis Tipografi	42
Gambar 2.30 Kampanye Families First (Contoh Iklan Koran)	46
Gambar 2.31 Kampanye Stop Perbudakan (Contoh Iklan Majalah)	47
Gambar 2.32 Kampanye Go Green (Contoh Iklan Baliho)	48
Gambar 2.33 Contoh Web Banner	48
Gambar 2.34 Contoh Map	49
Gambar 2.35 Contoh Brosur	50
Gambar 2.36 Contoh Stationery	50
Gambar 2.37 Contoh Stiker	51
Gambar 2.38 Contoh Poster Kampanye	51
Gambar 2.39 Contoh Kaos “Go Green”	52
Gambar 2.40 Contoh Booklet	52
Gambar 2.41 Contoh Merchandise “ANZ Finance”	53
Gambar 2.42 Logo Indonesia Mengajar	55
Gambar 2.43 Logo Banten Mengajar	59
Gambar 3.1 Warna	67
Gambar 3.2 Font Bpreplay	68
Gambar 3.3 Font Coolvetica	69
Gambar 3.4 Ilustrasi Foto	70
Gambar 3.5 Logo Kampanye	70
Gambar 3.6 Logogram	71
Gambar 3.7 Logotype	71
Gambar 3.8 Layout Poster	73
Gambar 4.1 Logo Kampanye	79
Gambar 4.2 Slogan Kampanye	80
Gambar 4.3 Graphic Standard Manual	81
Gambar 4.4 Kartu Nama	84
Gambar 4.5 Kop Surat	85
Gambar 4.6 Kuitansi	85
Gambar 4.7 Amplop 1	85
Gambar 4.8 Map	86
Gambar 4.9 Amplop 2	86

Gambar 4.10 Company Profile	88
Gambar 4.11 Poster	89
Gambar 4.12 Katalog	91
Gambar 4.13 Brosur	94
Gambar 4.14 Flyer	96
Gambar 4.15 Spanduk	97
Gambar 4.16 Billboard	99
Gambar 4.17 Iklan Majalah	101
Gambar 4.18 Iklan Koran	102
Gambar 4.19 Kalender	104
Gambar 4.20 Tas	105
Gambar 4.21 Agenda	105
Gambar 4.22 Pin	106
Gambar 4.23 Pen	106
Gambar 4.24 Botol Minum	107
Gambar 4.25 Stiker	107

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Estimasi Biaya Produksi	77
Tabel 3.2	Estimasi Biaya Promosi	78