

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan.....	6
1.4.1. Maksud Perancangan .....	6
1.4.2. Tujuan Perancangan.....	6
1.5. Metode Pengumpulan Data .....	6
1.5.1. Data Primer.....	6
1.5.2. Data Sekunder.....	8
1.6. Kerangka Pemikiran .....	8
1.7. Sistematika Perancangan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA</b> .....	<b>11</b>
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Teori Komunikasi .....	11
2.1.1.1. Komunikasi Massa .....	12
2.1.1.2. Pengertian Komunikasi Massa .....	13
2.1.1.3. Ciri-Ciri Komunikasi Massa .....	13

2.1.1.4. Fungsi Komunikasi Massa .....	16
2.1.1.5. Komunikasi Visual .....	19
2.1.2. Strategi Publikasi .....	22
2.1.3. Psikologi Warna.....	23
2.1.4. Semiotika.....	27
2.1.5. Aspek Kultural.....	28
2.1.6. Gaya Desain.....	30
2.1.6.1. <i>Art Nouveau</i> .....	30
2.1.6.2. <i>Late Modern</i> .....	32
2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain.....	33
2.1.7.1. Unsur Desain.....	34
2.1.7.2. Prinsip Desain .....	48
2.1.8. Ilustrasi pada Media Publikasi.....	53
2.1.9. Pertanian.....	55
2.1.9.1. Kopi .....	55
2.1.9.2. Jenis Kopi .....	56
2.1.9.3. Perkembangan Kedai Kopi .....	58
2.1.10. Tipografi pada Media Publikasi.....	60
2.1.11. Layout .....	64
2.1.12. Anatomi Buku.....	70
2.1.12.1 Struktur Buku .....	72
2.1.12.2 Jenis Buku .....	74
2.1.13. Pengertian Buku.....	75
2.1.13.1 Teori Fotografi .....	77
2.1.13.2 Teori Photo Story .....	77
2.1.13.1 Pengertian Buku Fotografi.....	77
2.2. Analisa Data .....	78
2.2.1. Gambaran Institusi .....	79
2.2.2. Kondisi Media Komunikasi Visual.....	80
2.2.3. Data Kompetitor.....	80
2.2.4. SWOT.....	81

<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN BUKU PANDUAN “PERANCANGAN BUKU FOTO GIANJAR SARIBANON (PETANI &amp; PETANI KOPI)”</b>	<b>83</b>
3.1. Konsep Media	83
3.1.1. Story Line	84
3.1.2. Tujuan Media	84
3.1.3. Strategi Media	85
3.1.4. Pemilihan Media	85
3.1.4.1. Target Media	85
3.1.4.2. Panduan Media	87
3.2. Konsep Kreatif	95
3.2.1 Keyword	95
3.2.2 Strategi Kreatif	95
3.2.2.1 Warna	95
3.2.2.2 Tipografi	97
3.2.2.3 Image	99
3.2.2.4 Identitas Visual	100
3.2.2.5 Gaya Desain	102
3.2.2.6 Ilustrasi	102
3.2.2.7 Layout	103
3.2.3 Proses Kreatif	104
3.2.3.1 Proses Cetak	104
3.2.3.2 Pra Produksi	104
3.2.3.3 Produksi	105
3.2.3.4 Pasca Produksi	106
3.3 Konsep Komunikasi	107
3.3.1 Tujuan Komunikasi	107
3.3.2 Strategi Komunikasi	107
3.4 Perencanaan Biaya	108
3.4.1 Produksi	108
3.4.2 Promosi	109
3.4.3 Merchandise	110
3.4.4 Biaya Keseluruhan	110
<b>BAB IV DESAIN DAN APLIKASI</b>	<b>111</b>
4.1. Media Utama	111
4.1.1. Buku Foto	111
4.1.2. Logo	116
4.2. Media Promosi	116
4.2.1. Poster	117
4.2.2. Brosur	118
4.2.3. <i>Flyer</i>	120

4.2.4.	Roll Banner.....	121
4.2.5.	Digital Promosi.....	122
4.3.	Merchandise .....	124
4.3.1.	Kalender .....	124
4.3.2.	T-Shirt.....	125
4.3.3.	Totebag.....	126
4.3.4.	Pin.....	126
4.3.5.	Stiker.....	127
4.3.6.	Pembatas Buku .....	127

**BAB V PENUTUP..... 129**

5.1.	Kesimpulan.....	129
5.2.	Saran.....	130
5.2.1	Saran Untuk Mahasiswa.....	130
5.2.2	Saran Untuk Program Studi.....	130
5.2.3	Saran Untuk Lembaga Pendidikan.....	130

**DAFTAR PUSTAKA**

**SUMBER INTERNET**

**LAMPIRAN**