

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
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.....	3
1.4.1 Maksud.....	3
1.4.2 Tujuan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Skematika Perancangan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Komunikasi.....	9
2.1.1.1 Komunikasi Massa.....	10
2.1.2 Strategi Publikasi.....	16
2.1.3 Psikologi Warna.....	17

2.1.4 Semiotika.....	20
2.1.5 Aspek Kultural.....	21
2.1.6 Gaya Desain.....	22
2.1.6.1 Gaya Desain Post Modern.....	22
2.1.6.2 Gaya Desain Late Modern.....	24
2.1.6.3 Gaya Desain Swiss Style.....	25
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain.....	26
2.1.7.1 Unsur Desain.....	27
2.1.7.2 Prinsip Desain.....	39
2.1.8 Ilustrasi pada Media Publikasi.....	43
2.1.9 AutoBiografi.....	44
2.1.10 Engraving.....	45
2.1.11 Scrapper Board.....	46
2.1.12 Tipografi pada Media Publikasi.....	47
2.1.13 Layout.....	51
2.1.14 Grid System.....	56
2.1.15 Anatomi Buku.....	58
2.1.5.1 Struktur Buku.....	60
2.1.5.2 Jenis Buku.....	61
2.2 Analisa Data	62
2.2.1 Gambaran Institusi.....	63
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	63
2.2.3 Data Kompetitor.....	64
2.2.4 SWOT.....	64
BAB III KONSEP PERANCANGAN BUKU AUTOBIOGRAFI VISUAL MUJIRUN BUDI HARJO.....	66
3.1 Konsep Media.....	66
3.1.1 Story Line.....	66
3.1.2 Tujuan Media.....	67
3.1.3 Strategi Media.....	67

3.1.4 Pemilihan Media.....	67
3.1.4.1 Target Media.....	68
3.1.4.2 Panduan Media.....	69
3.2 Konsep Kreatif.....	71
3.2.1 Keyword.....	71
3.2.2 Strategi Kreatif.....	71
3.2.2.1 Warna.....	71
3.2.2.2 Tipografi.....	73
3.2.2.3 Image.....	74
3.2.2.4 Identitas Visual.....	75
3.2.2.5 Gaya Desain.....	76
3.2.2.6 Ilustrasi.....	77
3.2.2.7 Layout.....	77
3.2.3 Proses Kreatif.....	78
3.2.3.1 Proses Cetak.....	78
3.2.3.2 Pra Produksi.....	79
3.2.3.3 Produksi.....	79
3.2.3.4 Pasca Produksi.....	81
3.3 Konsep Komunikasi.....	81
3.3.1 Tujuan Komunikasi.....	82
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	82
3.4 Perencanaan Biaya.....	83
3.4.1 Produksi.....	84
3.4.2 Promosi.....	84
3.4.3 Merchandise.....	85
3.4.4 Biaya Keseluruhan.....	85
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI.....	87
4.1 Media Utama.....	87
4.1.1 Buku.....	87
4.1.2 Logo.....	92

4.2 Media Promosi.....	93
4.2.1 Poster.....	93
4.2.2 Brosur.....	95
4.2.3 Flayer	97
4.2.4 Roll Banner.....	99
4.2.5 Digital Promosi.....	100
4.3 Merchandise.....	102
4.3.1 Kalender.....	102
4.3.2 T-Shirt.....	103
4.3.3 Totebag.....	103
4.3.4 Gantungan Kunci.....	104
4.3.5 Stiker.....	105
4.3.6 Pembatas Buku.....	105
 BAB V PENUTUP.....	 106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	106
5.2.1 Untuk Mahasiswa.....	107
5.2.2 Untuk Lembaga Pendidikan.....	107
5.2.3 Untuk Institusi Terkait.....	107
 DAFTAR PUSTAKA.....	 108
LAMPIRAN	