

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan	4
1.4.1. Maksud Perancangan	4
1.4.2. Tujuan Perancangan.....	5
1.5. Metode Pengumpulan Data	5
1.5.1. Data Primer	5
1.5.2. Data Sekunder.....	8
1.6. Kerangka Pemikiran	8
1.7. Skematika Perancangan	10
BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA	11
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.....	12
2.1.1.3. Ciri-Ciri Komunikasi Massa	13

2.1.1.4. Fungsi Komunikasi Massa	15
2.1.2. Strategi Publikasi	17
2.1.3. Psikologi Warna	18
2.1.4. Semiotika	22
2.1.5. Aspek Kultural	23
2.1.6. Gaya Desain	24
2.1.6.1. <i>Art Nouveau</i>	24
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	44
2.1.9. Tipografi pada Media Publikasi	45
2.1.9.1. <i>Layout</i>	49
2.1.10. Anatomi Buku	54
2.1.10.1. Struktur Buku	56
2.1.10.2. Jenis Buku	58
2.2. Analisa Data	59
2.2.1. Gambaran Institusi	60
2.2.2. Kondisi Media Komunikasi Visual	61
2.2.3. Data Kompetitor	61
2.2.4. SWOT	61

BAB III KONSEP PERANCANGAN BUKU PANDUAN

<i>“BRUSH SCRIPT CALLIGRAPHY GUIDEBOOK</i>	63
3.1. Konsep Media	63
3.1.1. Tujuan Media	63
3.1.2. Strategi Media	64
3.1.3. Pemilihan Media	64
3.1.3.1. Target	65
3.1.3.2. Panduan Media	66
3.1.3.3. Program Media	67

3.2. Konsep Kreatif	69
3.2.1. <i>Keyword</i>	70
3.2.2. Strategi Kreatif	71
3.2.2.1. Warna.....	71
3.2.2.2. Tipografi	72
3.2.2.3. <i>Image</i>	73
3.2.2.4. Logo.....	74
3.2.2.5. Identitas Visual	75
3.2.2.6. Gaya Desain.....	76
3.2.2.7. Layout.....	77
3.2.3. Proses Kreatif	79
3.2.3.1. Proses Cetak.....	79
3.2.3.2. Pra Produksi.....	79
3.2.3.3. Produksi	80
3.2.3.4. Pasca Produksi.....	82
3.3. Konsep Komunikasi.....	82
3.3.1. Tujuan Komunikasi.....	83
3.3.2. Strategi Komunikasi.....	83
3.4. Perencanaan Biaya	85
3.4.1. Produksi	85
3.4.2. Promosi	86
3.4.3. <i>Merchandise</i>	86
BAB IV DESAIN dan APLIKASI	87
4.1. Media Utama	87
4.1.1. Buku	87
4.1.2. Logo	90
4.2. Media Promosi	91
4.2.1. Poster	91
4.2.2. Brosur	92
4.2.3. Spanduk	94

4.2.4. Digital	95
4.2.5. Kartu Nama.....	95
4.2.6. <i>Flyer</i>	96
4.2.7. <i>X-Banner</i>	97
4.3. Merchandise	98
4.3.1. Kalender	99
4.3.2. Pembatas Buku	100
4.3.3. <i>T-Shirt</i>	101
4.3.4. <i>Totebag</i>	102
4.3.5. Enamel Pin.....	103
4.3.6. Stiker.....	103
4.3.7. Gantungan Kunci	104
BAB V PENUTUP	105
5.1. Simpulan dan Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
SUMBER INTERNET.....	108
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

1.1. Penulis dan Komunitas Patriotype	5
1.2. Penulis dan Komunitas Jktyp	6
1.3. Penulis dan Komunitas Depok <i>Letters</i>	6
1.4. Penulis dan Erwin Indrawan	7
1.5. Penulis dan Dimas Fakhruddin	7
2.1. Contoh Kelompok Warna dari Teori Brewster	19
2.2. Contoh Dimensi Warna	20
2.3. Gaya Desain <i>Art Nouveau</i>	26
2.4. Unsur Desain Grafis	27
2.5. Contoh Unsur Desain - Bidang	29
2.6. Contoh Unsur Desain - Bentuk	30
2.7. Contoh Ruang	31
2.8. Contoh Gelap Terang	32
2.9. Contoh <i>Low Contrast Value</i>	32
2.10. Contoh <i>High Contrast Value</i>	33
2.11. Tekstur	34
2.12. Warna RGB	38
2.13. Warna CMYK	39
2.14. Irama	40
2.15. Keseimbangan	42
2.16. Penekanan	43
2.17. Kesatuan	44
2.18. Huruf <i>Serif</i>	47
2.19. Huruf <i>Sans-Serif</i>	47
2.20. Huruf <i>Script</i>	48
2.21. Komponen Buku	54

2.22. Komponen Buku (<i>The Page and The Grid</i>)	55
3.1. Skema Warna yang Terdapat pada Buku	71
3.2. Honeymoon Bold	73
3.3. Book Antiqua	73
3.4. Contoh Ilustrasi pada Satu Halaman	74
3.5. Logo Buku.....	75
3.6. Logo pada Buku	75
3.7. Cover Buku	76
3.8. Halaman pada <i>Brush Script Calligraphy Guidebook</i>	76
3.9. Gaya Desain <i>Art Nouveau</i>	77
3.10. Penerapan <i>Grid System</i>	78
3.11. <i>Layout</i> pada Halaman.....	79
4.1. <i>Mockup</i> Buku Panduan <i>Brush Script Calligraphy Guidebook</i>	87
4.2. Cover dan <i>Art Directing</i> pada Cover Buku.....	88
4.3. <i>Layout</i> Isi Buku panduan <i>Brush Script Calligraphy Guidebook</i>	89
4.4. Daftar Isi pada Buku panduan <i>Brush Script Calligraphy Guidebook</i> ...	90
4.5. Logo Buku Panduan <i>Brush Script Calligraphy Guidebook</i>	90
4.6. Warna pada Logo	91
4.7. Poster Promosi	92
4.8. Brosur Promosi	93
4.9. Spanduk Promosi	94
4.10. Promosi Digital Media Sosial Instagram	95
4.11. Kartu Nama	96
4.12. <i>Flyer</i> Promosi.....	97
4.13. <i>X-Banner</i> Promosi.....	98
4.14. Kalender Meja	99
4.15. Pembatas Buku.....	100
4.16. <i>T-Shirt</i>	101
4.17. <i>Totebag</i>	102

4.18. Enamel Pin	103
4.19. Stiker	103
4.20. Gantungan Kunci	104



gggul Universitas Esa Unggul Universitas Esa U



gggul Universitas Esa Unggul Universitas Esa U



gggul Universitas Esa Unggul Universitas Esa U

DAFTAR TABEL

3.1. Daftar Anggaran Biaya Produksi 85
3.2. Daftar Anggaran Biaya Promosi 86
3.3. Daftar Anggaran Biaya *Merchandise* 86

DAFTAR BAGAN

1.1. Kerangka Pemikiran.....	9
1.2. <i>Mind Mapping</i> Karya.....	10