

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG .....	ii
LEMBAR PENRNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan .....	3
1.4.1 Maksud Perancangan .....	3
1.4.2 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan data .....	4
1.5.1 Pengumpulan Data Kuantitatif .....	4
1.5.1.1 Survey .....	4
1.6 Kerangka Pemikiran.....	8

1.7 Skematika Perancangan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Komunikasi.....	12
2.1.1.1 Definisi komunikasi .....	13
2.1.1.2 Proses komunikasi .....	15
2.1.1.3 Komunikasi Massa.....	15
2.1.1.4 Komunikasi Antar Pribadi .....	16
2.1.2 Strategi Publikasi.....	16
2.1.2.1 Tahap-tahap Strategi .....	17
2.1.3 Psikologi Warna .....	18
2.1.4 Semiotika.....	23
2.1.5 Aspek Kultural .....	24
2.1.6 Gaya Desain.....	25
2.1.6.1 <i>Kontruksivisme</i> .....	25
2.1.6.2 <i>Bauhaus</i> .....	27
2.1.6.3 <i>New Typography</i> .....	28
2.1.6.4 <i>Swiss Style</i> .....	29
2.1.6.5 <i>Latemodern</i> .....	30
2.1.6.6 <i>Post Modern</i> .....	31

2.1.7 Unsur Desain dan Prinsip Desain.....	32
2.1.7.1 Keseimbangan.....	32
2.1.7.2 Irama.....	34
2.1.7.3 Penekanan .....	35
2.1.7.4 Kesatuan.....	37
2.1.7.5 Unsur Desain.....	38
2.1.7.6 <i>Layout</i> .....	42
2.1.8 Ilustrasi Pada Media Publikasi.....	48
2.1.9 Tipografi Pada Media Publikasi .....	50
2.1.10 Teori Buku.....	52
2.1.10.1 Anatomi Buku.....	53
2.1.10.2 Struktur Buku.....	56
2.1.10.2 Jenis-Jenis Buku.....	58
2.1.11 Fotografi .....	59
2.1.11.1 Prinsip Fotografi .....	60
2.1.11.2 Komposisi Fotografi .....	65
2.1.11.3 <i>Angle Camera</i> .....	70
2.1.11.4 <i>Type of Shot</i> .....	72
2.1.12 Teori Cetak.....	76
2.1.13 Teori <i>Event</i> .....	77

2.1.14 Tinjauan Umum Nelayan.....	78
2.2 Analisa Data.....	79
2.2.1 Gambaran Institusi.....	79
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual .....	79
2.2.3 Data Kompetitor .....	80
2.2.4 SWOT.....	81
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN MEDIA CETAK BUKU .....</b>	<b>82</b>
3.1 Konsep Media .....	82
3.1.1 Tujuan Media.....	83
3.1.2 Strategi Media .....	83
3.1.3 Pemilihan Media.....	83
3.1.3.1 Target .....	84
3.1.3.2 Panduan Media.....	85
3.1.3.3 Program Media.....	87
3.2 Konsep Kreatif.....	88
3.2.1 Keyword .....	89
3.2.2 Strategi Kreatif .....	90
3.2.2.1 Warna.....	90
3.2.2.2 Tipografi .....	91
3.2.2.3 Image.....	93

3.2.2.4 Cover .....	94
3.2.2.4 Identitas Visual .....	95
3.2.2.5 Gaya Desain .....	96
3.2.2.6 Aliran Seni Fotografi dan Landasan Teori.....	97
3.2.2.8 <i>Layout</i> .....	97
3.2.3 Program Kreatif.....	98
3.2.3.1 Proses Cetak.....	99
3.2.3.2 Pra Produksi .....	99
3.2.3.3 Produksi .....	100
3.2.3.4 Pasca Produksi .....	101
3.3 Konsep Komunikasi.....	102
3.3.1 Tujuan Komunikasi .....	102
3.3.2 Strategi Komunikasi .....	102
3.4 Perencanaan Biaya .....	104
3.4.1 Produksi Media Utama.....	104
3.4.2 Promosi (Media Pendukung).....	105
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>106</b>
4.1 Media Utama.....	106
4.1.1 Buku .....	106
4.1.2 Cover.....	113

4.2 Media Promosi.....	114
4.2.1 Poster .....	114
4.2.2 <i>Flyer</i> .....	116
4.2.3 <i>X-Banner</i> .....	117
4.2.4 Iklan Digital.....	118
4.3 Merchandise.....	119
4.3.1 Pembatas buku .....	120
4.3.2 Kalender.....	121
4.3.3 <i>Thsirt</i> .....	121
4.3.4 <i>Totebag</i> .....	122
4.4 Fotografi.....	122
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>126</b>
5.1 Kesimpulan .....	126
5.2 Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>131</b>