

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ASBTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
1.6.1 Tujuan Perancangan.....	5
1.6.2 Manfaat Perancangan.....	5
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Kerangka Pemikiran	5
1.7 Skematika Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori Komunikasi Visual	7
2.1.1.1 Estetika.....	7
2.1.2 Fungsi Komunikasi	9
2.1.3 Strategi Publikasi	10
2.1.4 Psikologi Warna.....	11
2.1.5 Semiotika	17
2.1.6 Aspek Kultural	19
2.1.7 Gaya Desain	20

2.1.8 Unsur dan Prinsip Desain.....	21
2.1.8.1 Unsur Desain.....	21
2.1.8.1.1 Garis	21
2.1.8.1.2 Bidang	22
2.1.8.1.3 Bentuk	23
2.1.8.1.4 Warna	23
2.1.8.1.5 Ruang	29
2.1.8.1.6 Gelap Terang.....	29
2.1.8.1.7 Tekstur	30
2.1.8.1.8 Komposisi	31
2.1.8.1.9 Tipografi.....	31
2.1.8.2 Prinsip Desain	34
2.1.8.2.1 Kesatuan (<i>Unity</i>)	35
2.1.8.2.2 Ritme/irama (<i>Rhythm</i>).....	35
2.1.8.2.3 Keseimbangan (<i>Balance</i>)	36
2.1.8.2.4 Penekanan (<i>Emphasis</i>)	36
2.1.8.2.5 Proporsi (<i>Proportion</i>).....	37
2.1.8.3 <i>Layout</i>	37
2.1.8.3.1 <i>Grid System</i>	39
2.1.8.3.1.1 <i>Single-Column/Manuscript Grids</i>	39
2.1.8.3.1.2 <i>Multicolumn Grids</i>	40
2.1.8.3.1.3 <i>Modular Grids</i>	41
2.1.8.3.1.4 <i>Hierarchical Grids</i>	42
2.1.8.3.2 <i>The Golden Section</i>	42
2.1.9 Ilustrasi pada Media Publikasi	43
2.1.10 Tipografi pada Media Publikasi	45
2.1.11 Media Cetak	51
2.1.11.1 Teori Media Cetak	51
2.1.11.2 Bentuk Media Cetak.....	52
2.1.11.2.1 Poster.....	52
2.1.11.2.2 Brosur.....	53
2.1.11.2.3 <i>Banner</i>	54

2.1.11.3 Kelebihan dan Kekurangan Media Cetak	54
2.1.11.3.1 Kelebihan Media Cetak.....	54
2.1.11.3.2 Kekurangan Media Cetak.....	55
2.2 Analisa Data	55
2.2.1 Gambaran Institusi	56
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	56
2.2.3 Data Kompetitor.....	56
2.2.4 SWOT	61
BAB II KONSEP PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL	
UNTUK MUSEUM BATIK DI PEKALONGAN DALAM BENTUK MEDIA	
CETAK	62
3.1 Konsep Media.....	62
3.1.1 Tujuan Media	62
3.1.2 Strategi Media	63
3.1.3 Pemilihan Media	64
3.1.3.1 Target	64
3.1.3.2 Panduan Media.....	65
3.1.3.3 Program Media.....	69
3.2 Konsep Kreatif.....	71
3.2.1 <i>Keyword</i>	71
3.2.2 Strategi Kreatif.....	71
3.2.2.1 Warna	72
3.2.2.2 Tipografi.....	72
3.2.2.3 <i>Image</i>	74
3.2.2.4 Logo	74
3.2.2.5 Identitas Visual	75
3.2.2.6 Gaya Desain	77
3.2.2.7 <i>Layout</i>	78
3.2.3 Program Kreatif.....	79
3.2.3.1 Proses Cetak.....	79
3.2.3.2 Pra Produksi	80
3.2.3.3 Produksi	81

3.2.3.3 Pasca Produksi	82
3.3 Konsep Komunikasi	83
3.3.1 Tujuan Komunikasi	83
3.3.2 Strategi Komunikasi	84
3.4 Perencanaan Biaya	85
3.4.1 Produksi	85
3.4.2 Promosi	86
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	88
4.1 Media Utama	88
4.1.1 Poster	88
4.1.2 Brosur	90
4.2 Media Pendukung	92
4.2.1 <i>Flyer</i>	93
4.2.2 <i>X-Banner</i>	94
4.2.3 <i>Banner Horizontal</i>	96
4.2.4 <i>Billboard</i>	98
4.2.5 <i>Stationary</i>	100
4.2.5.1 Kartu Nama	100
4.2.5.2 Kop Surat	103
4.2.5.3 Amplop	105
4.2.5.4 <i>Map Folder</i>	107
4.2.5.5 Tanda Pengenal (<i>ID Card</i>)	107
4.2.5.6 Stempel	109
4.2.6 Tiket	109
4.2.6.1 Tiket Horizontal	109
4.2.6.2 Tiket Lingkaran/Tempel	112
4.3 Media Digital	113
4.3.1 Media Sosial	113
4.4.2 <i>Banner Digital</i>	114
4.4 <i>Merchandise</i>	114
4.4.1 Kartu Pos	115
4.4.2 Pin	116

4.4.3 <i>Tote Bag</i>	117
4.4.4 <i>Paper Bag</i>	118
4.4.5 <i>Tumbler</i>	118
4.4.6 <i>T-Shirt</i>	118
4.4.7 <i>Moleskin Notebook</i>	119
4.4.8 <i>Spiral Notebook</i>	120
4.4.9 <i>Sticker</i>	120
BAB V PENUTUP	121
5.1 Kesimpulan dan Saran.....	121
5.1.1 Kesimpulan	121
5.1.2 Saran.....	122
5.1.2.1 Saran untuk Lembaga Pendidikan.....	122
5.1.2.2 Saran untuk Lembaga Terkait	123
5.1.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	123