

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	5
1.5 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.1 Data Lapangan	6
1.5.2 Data Kajian Literatur	7
1.5.3 Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan	8
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Skematika Perancangan	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Komunikasi	11
2.1.1.1 Definisi Komunikasi	12
2.1.1.2 Komunikasi Antar Pribadi	12
2.1.1.3 Komunikasi Massa	13
2.1.2 Strategi Publikasi	14
2.1.2.1 Above The Line, Below The Line	14
2.1.2.2 Iklan	15
2.1.2.3 Iklan Layanan Masyarakat	16
2.1.2.4 Kampanye	16
2.1.3 Psikologi Warna	17
2.1.4 Semiotika	20
2.1.5 Aspek Kultural	22
2.1.6 Gaya Desain	25
2.1.6.1 Art Nouveau	27
2.1.6.2 Post Modern	28
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain	28
2.1.7.1 Unsur Desain	28
2.1.7.2 Prinsip Desain	34

2.1.8 Ilustrasi Pada Media Publikasi	37
2.1.8.1 Layout	38
2.1.8.2 Elemen Layout	39
2.1.9 Copy Writing	40
2.1.9.1 Headline	41
2.1.9.2 Subheadline	41
2.1.9.3 Body Copy	42
2.1.10 Tipografi pada Media Publikasi	42
2.2 Analisa Data	47
2.2.1 Gambaran Institusi	47
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual	49
2.2.3 Data Kompetitor	50
2.2.4 SWOT	51
BAB III PERANCANGAN KAMPANYE KOMERSIL TENTANG LIMA PULAU BANTEN	
3.1 Konsep Media	52
3.1.1 Tujuan Media	52
3.1.2 Strategi Media	52
3.1.3 Pemilihan Media	53
3.1.3.1 Target Media	53

3.1.3.2 Panduan Media	54
3.1.3.3 Program Media	54
3.2 Konsep Kreatif	54
3.2.1 Keyword	55
3.2.2 Strategi Kreatif	55
3.2.2.1 Warna	55
3.2.2.2 Tipografi	57
3.2.2.3 Image / Ilustrasi	57
3.2.2.4 Logo	58
3.2.2.5 Identitas Visual	58
3.2.2.6 Gaya Desain	58
3.2.2.7 Layout	59
3.2.3 Program Kreatif	59
3.2.3.1 Proses Cetak	59
3.2.3.2 Pra Produksi	59
3.2.3.3 Produksi	60
3.2.3.4 Pasca Produksi	60
3.3 Konsep Komunikasi	60
3.3.2 Tujuan komunikasi	60
3.3.2 Strategi Komunikasi	60

3.4 Perencanaan Biaya	60
3.2.1 Produksi	61
3.4.2 Promosi	62
BAB IV DESAIN dan APLIKASI	
4.1 Logo	63
4.1.1 Logo	63
4.1.2 Slogan	64
4.1.3 Penetapan Identitas Visual	64
4.2 Stationary	65
4.2.1 Kartu Nama, Kop Surat, Amplop	65
4.3 Media Publikasi	65
4.3.1 Company profile	66
4.3.2 Poster	67
4.3.3 Katalog	68
4.3.4 Brosur	68
4.3.5 Flyer	69
4.3.6 Spanduk	70
4.3.7 Billboard	71
4.3.8 Iklan Majalah	72
4.3.9 iklan Koran	73

4.4 Merchandise	73
4.4.1 Kalender	74
4.4.2 Agenda	75
4.4.3 Tumbler	75
4.4.4 Totebag	76
4.4.5 Bucket Hat	76
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
Daftar Pustaka	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <u>Peta Lokasi Penelitian</u>	4
Gambar 1.2 <u>Data Acuan Traveloka</u>	8
Gambar 1.3 <u>Kerangka Pemikiran</u>	9
Gambar 2.1 Art Nouveau	27
Gambar 2.2 Post Modern	28
Gambar 2.3 Garis Vertikal	29
Gambar 2.4 Garis Horizontal	30
Gambar 2.5 Garis Lengkung	30
Gambar 2.6 Garis Patah	30
Gambar 2.7 Garis Miring	31
Gambar 2.8 Garis Berombak	31
Gambar 2.9 Bidang	32
Gambar 2.10 Ruang	32
Gambar 2.11 Warna	33
Gambar 2.12 Tekstur	34
Gambar 2.13 Kesatuan	35
Gambar 2.14 Keseimbangan	36
Gambar 2.15 Irama	36
Gambar 2.16 Perbandingan	37
Gambar 2.17 Logo Traveloka	50
Gambar 4.1 Logo Travel	63
Gambar 4.2 Graphic Standard Manual	64

Gambar 4.3 Stationary	65
Gambar 4.4 Company Profile	66
Gambar 4.5 Poster	67
Gambar 4.6 Katalog	68
Gambar 4.7 Brosur	68
Gambar 4.8 Flyer	69
Gambar 4.9 Spanduk	70
Gambar 4.10 Billboard	71
Gambar 4.11 Iklan Majalah	72
Gambar 4.12 Iklan Koran	73
Gambar 4.13 Kalender	74
Gambar 4.14 Agenda	75
Gambar 4.15 Tumbler	75
Gambar 4.16 Tote Bag	76
Gambar 4.17 Bucket Hat	76