

DAFTAR ISI

JUDUL LAPORAN
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....	iii
LEMBAR PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
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 Observasi	5
1.5.2 Wawancara	6
1.6 Kerangka Pemikiran	8
1.7 Skematika Perancangan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Komunikasi.....	10
2.1.1.1 Defini Komunikasi	11
2.1.1.2 Proses Komunikasi	13
2.1.1.3 Komunikasi Massa	14
2.1.1.4 Komunikasi Antar Pribadi.....	15

2.1.2	Strategi Publikasi.....	15
2.1.3	Psikologi Warna	17
2.1.3.1	Warna Primer.....	17
2.1.3.2	Warna Sekunder	18
2.1.3.3	Warna Tersier	19
2.1.3.4	Warna Netral.....	19
2.1.4	Semiotika.....	26
2.1.5	Aspek Kultural.....	28
2.1.6	Gaya Desain.....	29
2.1.6.1	Swiss Style.....	30
2.1.6.2	Flat Design.....	31
2.1.7	Unsur Desain dan Prinsip Desain	32
2.1.7.1	Unsur Desain	32
2.1.7.2	Prinsip Desain.....	36
2.1.8	Ilustrasi Pada Media Publikasi	42
2.1.9	Tipografi Pada Media Publikasi	44
2.1.10	Teori Produksi Motion Graphic.....	47
2.1.10.1	Pra Produksi.....	47
2.1.7.2	Produksi.....	47
2.1.7.2	Paska Produksi.....	48
2.2	Analisis Data.....	49
2.2.1	Gambaran Institusi.....	49
2.1.7.2	Sejarah Instusi.....	49
2.1.7.2	Visi, Misi dan Motto Instusi	50
2.1.7.2	Struktur Organisasi Instusi	51
2.2.2	Kondisi Media Komunikasi Visual	51
2.2.3	Data Kompetitor	52
2.2.4	SWOT.....	54

BAB III KONSEP PERANCANGAN REBRANDING GEREJA GSJA CITY BLESSING

3.1	Konsep Media.....	56
3.1.1	Tujuan Media.....	56
3.1.2	Strategi Media	57
3.1.3	Pemilihan Media.....	58
3.1.3.1	Target.....	58
3.1.3.2	Panduan Media	59
3.2	Konsep Kreatif.....	64
3.2.1	<i>Keyword</i>	64
3.2.2	Strategi Kreatif	64
3.2.2.1	Warna.....	65
3.2.2.2	Tipografi	66
3.2.2.3	<i>Image</i>	69
3.2.2.4	Logo.....	70
3.2.2.5	Identitas Visual	71
3.2.2.6	Gaya Desain.....	73
3.2.2.7	Layout.....	74
3.2.3	Program Kreatif.....	76
3.2.3.1	Pengumpulan data.....	76
3.2.3.2	Brainstorming	76
3.2.3.3	Pembuatan Karya.....	77
3.2.3.4	Presentasi Karya	79
3.3	Konsep Komunikasi	79
3.3.1	Tujuan Komunikasi	80
3.3.2	Strategi Komunikasi	80
3.4	Perencanaan Biaya.....	81

3.4.1	Produksi Media Digital.....	81
3.4.2	Produksi Media Cetak	81
3.4.3	Promosi (Media Pendukung).....	82
3.4.4	Merchandise	82
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI		
4.1	Logo.....	83
4.2	Penetapan Identitas Visual.....	84
4.2.1	Logo.....	84
4.2.2	Elemen Visual Polkadot	85
4.3	Stationary.....	85
4.3.1	Kartu Nama	86
4.3.2	Kop Surat.....	87
4.3.3	Amplop Surat.....	88
4.3.4	Map Folder	89
4.4	Media Digital Motion Graphic	90
4.4.1	<i>Motion Graphic (Company Profile)</i>	90
4.4.2	<i>Motion Logo</i>	91
4.5	Merchandise.....	92
4.5.1	Sertifikat	92
4.5.2	Pembatas Buku	93
4.5.3	Kalender	93
4.6	Seragam/Uniform	94
4.6.1	Id Card.....	94
4.6.1	T-Shirt.....	95
4.7	Tanda.....	95
4.7.1	Spanduk.....	95
4.7.2	Feed dan Story Instagram.....	97

4.7.3	New Letter	99
4.7.4	Poster	100
4.7.5	X-Banner	102
4.7.6	<i>Graphic Standard Manual</i>	103

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran	105
5.2.1	Saran Untuk Lembaga	105
5.2.2	Saran Untuk Gereja	106
5.2.3	Saran Untuk Mahasiswa	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN