

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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.....	6
1.7 Skematika Perancangan	8

BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Komunikasi.....	10
2.1.1.1 Definisi komunikasi	11
2.1.1.2 Proses komunikasi	13
2.1.1.3 Komunikasi Massa.....	13
2.1.1.4 Komunikasi Antar Pribadi	14
2.1.2 Strategi Publikasi.....	14
2.1.2.1 Tahap-tahap Strategi	15
2.1.3 Psikologi Warna	16
2.1.4 Semiotika.....	20
2.1.5 Aspek Kultural	21
2.1.6 Gaya Desain.....	22
2.1.6.1 <i>Kontruksivisme</i>	22
2.1.6.2 <i>Bauhaus</i>	23
2.1.6.3 <i>New Typography</i>	24
2.1.6.4 <i>Swiss Style</i>	25
2.1.6.5 <i>Latemodern</i>	26
2.1.6.6 <i>Post Modern</i>	27
2.1.7 Unsur Desain dan Prinsip Desain.....	28

2.1.7.1 Keseimbangan.....	28
2.1.7.2 Irama.....	30
2.1.7.3 Penekanan	31
2.1.7.4 Kesatuan.....	32
2.1.7.5 Unsur Desain.....	33
2.1.7.6 <i>Layout</i>	36
2.1.8 Ilustraasi Pada Media Publikasi.....	41
2.1.9 Tipografi Pada Media Publikasi	43
2.1.10 Teori Buku.....	45
2.1.10.1 Anatomi Buku.....	45
2.1.10.2 Struktur Buku.....	48
2.1.10.2 Jenis-Jenis Buku.....	49
2.1.12 Teori Cetak.....	50
2.1.13 Teori <i>Event</i>	51
2.2 Analisa Data.....	52
2.2.1 Gambaran Institusi.....	52
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual	52
2.2.3 Data Kompetitor	53
2.2.4 SWOT.....	54
BAB III KONSEP PERANCANGAN MEDIA CETAK BUKU	55

3.1 Konsep Media	55
3.1.1 Tujuan Media.....	56
3.1.2 Strategi Media	56
3.1.3 Pemilihan Media.....	56
3.1.3.1 Target	57
3.1.3.2 Panduan Media.....	58
3.1.3.3 Program Media.....	60
3.2 Konsep Kreatif.....	61
3.2.1 Keyword	61
3.2.2 Strategi Kreatif	62
3.2.2.1 Warna.....	62
3.2.2.2 Tipografi	63
3.2.2.3 Image.....	64
3.2.2.4 Identitas Visual	65
3.2.2.5 Gaya Desain	66
3.2.2.6 <i>Layout</i>	67
3.2.3 Program Kreatif.....	68
3.2.3.1 Proses Cetak.....	68
3.2.3.2 Pra Produksi	68
3.2.3.3 Produksi	69

3.2.3.4 Pasca Produksi	70
3.3 Konsep Komunikasi.....	70
3.3.1 Tujuan Komunikasi	70
3.3.2 Strategi Komunikasi	71
3.4 Perencanaan Biaya	72
3.4.1 Produksi Media Utama.....	73
3.4.2 Promosi (Media Pendukung).....	73
BAB IV PEMBAHASAN	74
4.1 Media Utama.....	74
4.1.1 Buku	74
4.1.2 Logo.....	80
4.2 Media Promosi.....	80
4.2.1 Poster	81
4.2.2 <i>Flyer</i>	82
4.2.3 <i>X-Banner</i>	83
4.2.4 Iklan Digital.....	84
4.3 Merchandise.....	85
4.3.1 Pembatas buku	85
4.3.2 Kalender.....	86
BAB V PENUTUP	86

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	90