

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.1 Data Lapangan.....	5
1.5.2 Data Kajian Literatur.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	9
1.7. Skematika Perancangan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Komunikasi	11
2.1.2 Strategi Publikasi.....	12
2.1.3 Visual.....	13
2.1.4 Psikologi Warna	14

2.1.5 Semotika	19
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	22
2.1.8.2 Prinsip Desain	25
2.1.9 Ilustrasi Pada Media Publikasi	28
2.1.10 Tipografi Pada Media Publikasi	28
2.1.11 Copywriting.....	30
2.1.11.1 <i>Headline</i>	30
2.1.11.2 <i>Subheadline</i>	31
2.1.11.3 <i>Tagline</i>	31
2.1.11.4 <i>Body Copy</i>	32
2.1.12 Layout.....	32
2.1.13 Grid.....	33
2.1.14 Teori Kampanye	33
2.2 Analisa Data	42
2.2.1 Ondel Ondel	42
2.2.2 Gambaran Institusi	44
2.2.3 Kondisi Media Komunikasi Visual	47
2.2.4 Data Kompetitor	48
2.2.5 SWOT.....	48

**BAB III KONSEP RANCANGAN MEDIA PROMOSI KAMPANYE NON KOMERSIL
ONDEL-ONDEL**

3.1 Konsep Media.....	50
3.1.1 Tujuan media	50
3.1.2 Strategi Media.....	50
3.1.3 Pemilihan Media	51
3.1.3.1 Target Media	51
3.1.3.2 Panduan Media	53
3.1.3.2 Program Media	54

3.2 Konsep Kreatif.....	58
3.2.1 Keyword.....	59
3.2.2 Strategi Kreatif.....	60
3.2.2.1 Warna.....	60
3.2.2.2 Tipografi.....	62
3.2.2.3 Image.....	63
3.2.2.4 Logo.....	64
3.2.2.5 Identitas Visual Kampanye.....	64
3.2.2.6 Gaya Desain.....	65
3.2.2.7 Layout.....	65
3.2.3 Program Kreatif.....	65
3.2.3.1 Proses Cetak.....	67
3.2.3.2 Tahap Pra Produksi.....	67
3.2.3.3 Tahap Produksi.....	67
3.2.3.4 Tahap Pasca Produksi.....	68
3.3 Konsep Komunikasi.....	69
3.3.1 Tujuan Komunikasi.....	69
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	69
3.4 Perencanaan Biaya.....	73
3.4.1 Produksi.....	73
3.4.2 Promosi.....	73

BAB IV DESAIN DAN APLIKASI

4.1 Logo.....	75
4.1.1 Logo.....	75
4.1.2 Logogram.....	75
4.1.3 Logotype.....	76
4.1.4 Logo Description.....	77
4.1.5 Slogan.....	77
4.1.6 Penempatan Identitas Visual.....	79
4.2 Stationery.....	80

4.2.1 Kop Surat.....	81
4.2.2 Amplop.....	82
4.2.3 Kartu Nama	83
4.3 Media Publikasi.....	85
4.3.1 Company Profile.....	85
4.3.2 Poster	86
4.3.3 Booklet	87
4.3.4 Brosur	91
4.3.5 Flyer.....	92
4.3.6 Spanduk	94
4.3.7 Billboard.....	95
4.3.8 Iklan Majalah.....	96
4.3.9 Iklan Tabloid	97
4.4 Merchandise	99
4.4.1 Kalender	99
4.4.2 Totebag.....	100
4.4.3 Agenda.....	102
4.4.4 T-Shirt	103
4.4.5 Pin	104
4.4.6 Pen	105
4.4.7 Gantungan Kunci.....	106
4.4.8 Mug	107
4.4.9 Stiker	109
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	112
5.2.1 Saran Untuk Lembaga Pendidikan.....	112
5.2.2 Saran Untuk Lembaga Terkait	113
5.2.3 Saran Untuk Mahasiswa.....	113

DAFTAR REFERENSI
LAMPIRAN



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul