

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan	5
1.4.1. Maksud Perancangan	5
1.4.2. Tujuan Perancangan	5
1.5. Metode Pengumpulan Data	6
1.5.1. Metode Pengumpulan Data Primer	6
1.5.2. Metode Pengumpulan Data Sekunder.....	6
1.6. Kerangka Pemikiran	7
1.7. Skematika Perancangan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISIS DATA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Teori Komunikasi.....	10
2.1.1.1 Definisi Komunikasi	10
2.1.1.2 Komunikasi Massa	12

2.1.2.	Strategi Publikasi	12
2.1.2.1.	<i>Brand Awareness</i>	13
2.1.3.	Psikologi Warna	14
2.1.4.	Semiotika	21
2.1.5.	Aspek Kultural	23
2.1.6.	Gaya Desain	25
2.1.6.1	Gaya Desain Post Modern	25
2.1.6.2	Gaya Desain Late Modern (<i>Contemporary Art</i>)	26
2.1.6.3	Gaya Desain Swiss International Style	27
2.1.7.	Unsur dan Prinsip Desain	28
2.1.7.1	Unsur-unsur Desain Grafis	29
2.1.7.2	Prinsip-prinsip Desain Grafis	41
2.1.8.	Ilustrasi pada Media Publikasi	46
2.1.9.	Tipografi pada Media Publikasi	48
2.1.10.	<i>Layout</i>	50
2.1.11.	Kampanye.....	51
2.1.11.1.	Kampanye Komersial.....	52
2.2.	Analisa Data	53
2.2.1.	Gambaran Institusi	53
2.2.2.	Kondisi Media Komunikasi Visual	54
2.2.3.	Data Kompetitor	55
2.2.4.	SWOT	56

BAB III KONSEP PERANCANGAN KAMPANYE KOMERSIAL WISATA

	TEH DI TEGAL JAWA TENGAH	58
3.1.	Konsep Media	58
3.1.1.	Tujuan Media	58
3.1.2.	Strategi Media	58
3.1.3.	Pemilihan Media	60
3.1.3.1.	Target	60
3.1.3.2.	Panduan Media	62
3.1.3.3.	Program Media	63

3.2. Konsep Kreatif	67
3.2.1. Keyword	67
3.2.2. Strategi Kreatif	68
3.2.2.1. Warna	69
3.2.2.2. Tipografi	70
3.2.2.3. Image	73
3.2.2.4. Logo	74
3.2.2.5. Identitas Visual	75
3.2.2.6. Gaya Desain	76
3.2.2.7. Layout	77
3.2.3. Program Kreatif	82
3.2.3.1. Proses Cetak	83
3.2.3.2. Pra Produksi	83
3.2.3.3. Produksi	84
3.2.3.4. Pasca Produksi	85
3.3. Konsep Komunikasi	86
3.3.1. Tujuan Komunikasi	86
3.3.2. Strategi Komunikasi	86
3.4. Perencanaan Biaya	90
3.4.1. Produksi	90
3.4.2. Promosi	91
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	93
4.1. Logo	93
4.1.1. Logo	93
4.1.2. Slogan	94
4.1.3. Penetapan Identitas Visual	94
4.2. <i>Stationery</i>	100
4.2.1. Kartu Nama	101
4.2.2. Kop Surat	102
4.2.3. Amplop	103
4.3. Media Publikasi	104

4.3.1. Company Profile	104
4.3.2. Poster	107
4.3.3. Katalog	118
4.3.4. Brosur	120
4.3.5. Flyer	128
4.3.6. Spanduk	132
4.3.7. Billboard	137
4.3.8. Iklan Majalah	144
4.3.9. Iklan Koran/Tabloid	153
4.4. Merchandise	161
4.4.1. Kalender	161
4.4.2. T-Shirt	163
4.4.3. Totebag	163
4.4.4. Stiker	170
4.4.5. Pengharum Gantung	164
BAB V PENUTUP	165
5.1 Simpulan dan Saran.....	165
5.1.1 Kesimpulan.....	165
5.1.2 Saran	166
5.1.2.1 Untuk Lembaga Pendidikan.....	166
5.1.2.2 Untuk Lembaga Terkait	167
5.1.2.3 Untuk Mahasiswa	167
DAFTAR PUSTAKA	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jalur Perdagangan	2
Gambar 1.2	Merk Teh.....	3
Gambar 1.3	Tugu Poci	4
Gambar 1.4	Bagan Kerangka Pemikiran	7
Gambar 1.5	Bagan <i>Mind Mapping</i>	9
Gambar 2.1	Strategi	13
Gambar 2.2	Spektrum Warna Newton.....	15
Gambar 2.3	Warna Primer	15
Gambar 2.4	Warna Sekunder.....	16
Gambar 2.5	Warna Tersier.....	16
Gambar 2.6	<i>Additive & Subtractive</i>	17
Gambar 2.7	Lingkaran Warna.....	17
Gambar 2.8	Semiotika	22
Gambar 2.9	Budaya	24
Gambar 2.10	<i>Post Modern</i>	26
Gambar 2.11	<i>Late Modern</i>	27
Gambar 2.12	<i>Swiss Style</i>	28
Gambar 2.13	Garis	30
Gambar 2.14	Bentuk	31
Gambar 2.15	Bidang	33
Gambar 2.16	Tekstur	34
Gambar 2.17	Ruang	35
Gambar 2.18	Gelap Terang.....	36
Gambar 2.19	Komposisi	38
Gambar 2.20	Tipografi.....	39
Gambar 2.21	Diagram Warna	41

Gambar 2.22	Keseimbangan.....	42
Gambar 2.23	Irama	44
Gambar 2.24	Proporsi	44
Gambar 2.25	Hirarki	45
Gambar 2.26	Kontras	46
Gambar 2.27	Kesatuan.....	46
Gambar 2.28	Ilustrasi.....	47
Gambar 2.29	<i>Font</i>	49
Gambar 2.30	Struktur Organisasi DISPARPORA Kab. Tegal.....	54
Gambar 2.31	Poster Festival di Tegal.....	55
Gambar 2.32	Poster Festival Nyaneut	56
Gambar 3.1	Kriteria Pemilihan Event.....	59
Gambar 3.2	Warna pada Logo	69
Gambar 3.3	<i>Font</i> The West Gate	71
Gambar 3.4	<i>Font</i> Soft Marshmallow	71
Gambar 3.5	<i>Font</i> Museo 500	72
Gambar 3.6	<i>Font</i> Futura.....	72
Gambar 3.7	Foto Model.....	73
Gambar 3.8	<i>Logogram</i> dan <i>Logotype</i>	74
Gambar 3.9	Identitas Visual	75
Gambar 3.10	Elemen Grafis	75
Gambar 3.11	<i>Layout</i> Poster Pertama	77
Gambar 3.12	<i>Layout</i> Poster Kedua	78
Gambar 3.13	<i>Layout</i> Poster Ketiga.....	78
Gambar 3.14	<i>Layout</i> Poster Keempat	79
Gambar 3.15	<i>Layout</i> Poster Kelima.....	79
Gambar 3.16	<i>Layout</i> Brosur Bagian Depan.....	80
Gambar 3.17	<i>Layout</i> Isi Brosur Pertama	80

Gambar 3.18	<i>Layout</i> Isi Brosur Kedua	81
Gambar 3.19	<i>Layout</i> Isi Brosur Ketiga	81
Gambar 3.20	<i>Layout</i> Isi Brosur Keempat	82
Gambar 3.21	<i>Layout</i> Isi Brosur Kelima	82
Gambar 4.1	Logo Kampanye Wisata Teh.....	93
Gambar 4.2	Slogan Kampanye Wisata Teh.....	94
Gambar 4.3	<i>Cover GSM</i>	95
Gambar 4.4	Isi <i>GSM</i>	95
Gambar 4.5	Isi <i>GSM</i>	96
Gambar 4.6	Isi <i>GSM</i>	97
Gambar 4.7	Isi <i>GSM</i>	98
Gambar 4.8	Isi <i>GSM</i>	99
Gambar 4.9	Isi <i>GSM</i>	100
Gambar 4.10	Kartu Nama Kampanye Wisata Teh	101
Gambar 4.11	Kop Surat Kampanye Wisata Teh.....	102
Gambar 4.12	Amplop Kampanye Wisata Teh.....	103
Gambar 4.13	<i>Cover Company Profile</i> Kampanye Wisata Teh.....	104
Gambar 4.14	Isi <i>Company Profile</i> Kampanye Wisata Teh.....	104
Gambar 4.15	Isi <i>Company Profile</i> Kampanye Wisata Teh.....	105
Gambar 4.16	Isi <i>Company Profile</i> Kampanye Wisata Teh.....	106
Gambar 4.17	Publikasi pada <i>Website</i>	107
Gambar 4.18	Poster Pertama Kampanye Wisata Teh.....	108
Gambar 4.19	Poster Kedua Kampanye Wisata Teh.....	111
Gambar 4.20	Poster Ketiga Kampanye Wisata Teh	112
Gambar 4.21	Poster Keempat Kampanye Wisata Teh.....	114
Gambar 4.22	Poster Kelima Kampanye Wisata Teh	116
Gambar 4.23	<i>Cover Katalog</i> Kampanye Wisata Teh.....	118
Gambar 4.24	Isi Katalog Kampanye Wisata Teh	118

Gambar 4.25	Isi Katalog Kampanye Wisata Teh	119
Gambar 4.26	Isi Katalog Kampanye Wisata Teh	120
Gambar 4.27	Brosur Pertama Kampanye Wisata Teh	122
Gambar 4.28	Brosur Kedua Kampanye Wisata Teh.....	122
Gambar 4.29	Brosur Ketiga Kampanye Wisata Teh	124
Gambar 4.30	Brosur Keempat Kampanye Wisata Teh.....	125
Gambar 4.31	Brosur Kelima Kampanye Wisata Teh	127
Gambar 4.32	Label Kemasan Teh Kecil dan Sedang Kampanye Wisata Teh	129
Gambar 4.33	Label Kemasan Teh Celup Kampanye Wisata Teh	130
Gambar 4.34	Spanduk Pertama Kampanye Wisata Teh.....	131
Gambar 4.35	Spanduk Kedua Kampanye Wisata Teh.....	133
Gambar 4.36	Spanduk Ketiga Kampanye Wisata Teh	134
Gambar 4.37	Spanduk Keempat Kampanye Wisata Teh.....	135
Gambar 4.38	Spanduk Kelima Kampanye Wisata Teh	136
Gambar 4.39	<i>Billboard</i> Pertama Kampanye Wisata Teh.....	138
Gambar 4.40	<i>Billboard</i> Kedua Kampanye Wisata Teh	139
Gambar 4.41	<i>Billboard</i> Ketiga Kampanye Wisata Teh.....	140
Gambar 4.42	<i>Billboard</i> Keempat Kampanye Wisata Teh	142
Gambar 4.43	<i>Billboard</i> Kelima Kampanye Wisata Teh.....	143
Gambar 4.44	Iklan Majalah Pertama Kampanye Wisata Teh.....	144
Gambar 4.45	Iklan Majalah Kedua Kampanye Wisata Teh	146
Gambar 4.46	Iklan Majalah Ketiga Kampanye Wisata Teh	148
Gambar 4.47	Iklan Majalah Keempat Kampanye Wisata Teh	150
Gambar 4.48	Iklan Majalah Kelima Kampanye Wisata Teh.....	152
Gambar 4.49	Iklan Koran Pertama Kampanye Wisata Teh.....	153
Gambar 4.50	Iklan Koran Kedua Kampanye Wisata Teh	155

Gambar 4.51	Iklan Koran Ketiga Kampanye Wisata Teh	157
Gambar 4.52	Iklan Koran Keempat Kampanye Wisata Teh	159
Gambar 4.53	Iklan Koran Kelima Kampanye Wisata Teh	160
Gambar 4.54	Kalender Kampanye Wisata Teh	162
Gambar 4.55	<i>T-shirt</i> Kampanye Wisata Teh	163
Gambar 4.56	<i>Totebag</i> Kampanye Wisata Teh	163
Gambar 4.57	Stiker Kampanye Wisata Teh	164
Gambar 4.58	<i>Pouch</i> Pengharum Gantung	164

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>SWOT</i>	57
Tabel 3.1	Rencana Biaya Produksi	91
Tabel 3.2	Rencana Biaya Promosi	92