

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 LAMPIRAN.....	xvi
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.....	3
1.4.2 Tujuan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.1 Data Lapangan.....	4
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Skematika Perancangan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Komunikasi.....	9
2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	9
2.1.2 Strategi Publikasi.....	11

2.1.3 Psikologi Warna.....	12
2.1.4 Semiotika.....	15
2.1.5 Aspek Kultural.....	16
2.1.6 Gaya Desain.....	18
2.1.6.1 Gaya Desain Pop Art.....	18
2.1.6.3 Gaya Desain Post Modern.....	20
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain.....	22
2.1.7.1 Prinsip Desain.....	27
2.1.8 Ilustrasi pada Media Publikasi.....	31
2.1.8.1 Ilustrasi.....	32
2.1.9 Tipografi Pada Media Publikasi.....	40
2.1.10 Layout.....	42
2.1.11 Buku.....	49
2.1.13 Komunitas.....	50
2.2 Analisa Data	51
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	52
2.2.3 Data Kompetitor.....	52
2.2.4 SWOT.....	53
BAB III KONSEP PERANCANGAN KARYA BUKU GUNUNG UNGARAN PENDAKIAN SANG PEMULA.....	54
3.1 Konsep Media.....	54
3.1.1 Tujuan Media.....	54
3.1.2 Strategi Media.....	54
3.1.3 Pemilihan Media.....	55
3.1.3.1 Target Media.....	55
3.1.3.2 Panduan Media.....	56
3.2 Konsep Kreatif.....	57
3.2.1 Keyword.....	58
3.2.2 Strategi Kreatif.....	58

3.2.2.1 Warna.....	58
3.2.2.2 Tipografi.....	59
3.2.2.3 Image.....	60
3.2.2.4 Logo.....	61
3.2.2.5 Identitas Visual.....	63
3.2.2.6 Gaya Desain.....	65
3.2.2.7 Ilustrasi.....	67
3.2.2.8 Layout.....	67
3.2.3 Proses Kreatif.....	68
3.2.3.1 Proses Cetak.....	68
3.2.3.2 Pra Produksi.....	69
3.2.3.3 Produksi.....	69
3.2.3.4 Pasca Produksi.....	70
3.3 Konsep Komunikasi.....	70
3.3.1 Tujuan Komunikasi.....	71
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	71
3.4 Perencanaan Biaya.....	72
3.4.1 Produksi.....	73
3.4.2 Promosi.....	73
3.4.3 Merchandise.....	74
3.4.4 Biaya Keseluruhan.....	74
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI.....	75
4.1 Media Utama.....	75
4.1.1 Buku.....	75
4.1.2 Logo.....	78
4.2 Media Promosi.....	79
4.2.1 Poster.....	79
4.2.2 Brosur.....	80
4.2.3 X-Banner.....	82
4.2.4 Digital.....	83

4.2.5 Flayer.....	84
4.2.6 Spanduk.....	85
4.2.7 Kartu Nama.....	86
4.3 Merchandise.....	87
4.3.1 Kalender.....	87
4.3.2 Pembatas Buku.....	88
4.3.4 Enamel Pin.....	90
4.3.5 Gantungan Kunci.....	90
4.3.6 Stiker.....	91
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	99