

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
TANDA LULUS	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Multimedia Interaktif Flash Flip Book Pakaian Adat Betawi	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	6
1.5 Metode Pengumpulan Data	7
1.6 Kerangka Pemikiran	8
1.7 Skematika Perancangan	9
BAB II. LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Disain komunikasi visual	11
2.1.1.1 Masalah dan Solusi	11
2.1.1.2 Pernyataan	11
2.1.1.3 Konsep	12
2.1.1.4 Ide	12
2.1.1.5 Kebudayaan	12
2.1.1.6 Sifat yang tidak dapat dihindarkan	12
2.1.1.7 Kosa Kata	13
2.1.2 Teori Komunikasi	13
2.1.2.1 Komunikasi Verbal	13
2.1.2.2 Komunikasi Nonverbal	14

2.1.3 Psikologi Warna	14
2.1.3.1 Karakteristik Warna	15
2.1.3.2 CMYK	15
2.1.3.3 RGB	16
2.1.4 Semiotika	17
2.1.4.1 Pembagian sifat menurut Pierce	18
2.1.5 Multimedia	19
2.1.6 Strategi Publikasi	19
2.1.7 Tinjauan Aspek Kultural	20
2.1.8 Tinjauan Aspek Moral	21
2.1.9 Gaya Disain	21
2.1.10 Tinjauan Unsur Komposisi	27
2.1.11 Tinjauan Fotografi pada Media Publikasi	27
2.1.12 Tinjauan Tipografi pada Media Publikasi	28
2.1.12.1 Fungsi Tipografi	29
2.1.13 Metode Penelitian	31
2.2 Analisa Data	31
2.2.1 Gambaran Institusi	31
2.2.1.1 Visi dan Misi LKB	33
2.2.2 Gambaran Karakter Target	34
2.2.3 Data Kompetitor	35
2.2.4 Kondisi Media Komunikasi Visual	35
2.2.5 Analisa SWOT	36
2.2.5.1 Analisa SWOT	36
2.2.5.2 Positioning	37
BAB III Konsep Media	38
3.1 Konsep Media	38
3.1.1 Tujuan Media	38
3.1.2 Strategi Media	39
3.1.3 Pemilihan Media	39
3.1.3.1 Target	40

3.1.3.2 Panduan Media	40
3.1.3.3 Program Media	41
3.2 Konsep Kreatif	41
3.2.1 Keyword	41
3.2.2 Strategi Kreatif	42
3.2.2.1 Warna	42
3.2.2.2 Tipografi	43
3.2.2.3 Image	44
3.2.2.4 Logo	45
3.2.2.5 Identitas Visual	47
3.2.2.6 Gaya Disain	49
3.2.2.7 Layout	49
3.2.3 Program Kreatif	51
3.2.3.1 Proses Cetak	51
3.2.3.2 Pra Produksi	52
3.2.3.3 Produksi	53
3.2.3.4 Pasca Produksi	53
3.3 Konsep Komunikasi	54
3.3.1 Tujuan Komunikasi	54
3.3.2 Strategi Komunikasi	55
3.4 Biaya Produksi	56
3.4.1 Produksi	56
3.4.2 Promosi	56
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	57
4.1 Media Warna	57
4.2 Media Pendukung	58
4.2.1 Cover	59
4.2.2 Label Stiker	60
4.2.3 Packaging	61
4.2.4 Company Profile	62
4.3 Merchandise	63

4.3.1 Kalender	63
4.3.2 T-Shirt	64
4.3.3 Goody Bag	66
4.3.4 Lookbook	67
4.3.5 X Banner	68
4.3.6 Poster	69
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan dan Saran	71
5.2 Hasil Penilaian Sidang Tugas Akhir	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN