

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR KELULUSAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	8
1.4.1 Maksud	8
1.4.2 Tujuan	8
1.5 Metode Pengumpulan Data	9
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Skematika Perancangan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Komunikasi	12

2.1.1.1 Fungsi Komunikasi	13
2.1.2 Komunikasi Massa	14
2.1.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	15
2.1.3 Media Komunikasi	17
2.1.3.1 Pengertian Media Komunikasi	17
2.1.3.2 Jenis-Jenis Media Komunikasi	18
2.1.3.3 Fungsi Media Komunikasi	19
2.1.4 Media Cetak	20
2.1.4.1 Pengertian Media Cetak	20
2.1.4.2 Ciri-Ciri Media Cetak	21
2.1.4.3 Fungsi Media Cetak	22
2.1.5 Desain Komunikasi Visual	23
2.1.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	23
2.1.5.2 Tujuan Desain Komunikasi Visual	24
2.1.5.3 Fungsi Desain Komunikasi Visual	25
2.1.5.4 Unsur Desain Komunikasi Visual	27
2.1.6 Psikologi Warna	30
2.1.7 Semiotika	32
2.1.8 Strategi Publikasi	33
2.1.9 Tinjauan Aspek Kultural	34
2.1.10 Tinjauan Aspek Moral	35
2.1.11 Gaya Desain	36
2.1.12 Tinjauan Unsur Komposisi	37
2.1.12.1 Prinsip Dasar Komposisi	37
2.1.13 Tinjauan Fotografi pada Media Publikasi	40

2.1.14 Tinjauan Tipografi pada Media Publikasi	40
2.1.15 Metode Penelitian	41
2.2 Pengumpulan Data	42
2.2.1 Perkampungan Budaya Betawi	42
2.2.1.1 Wisata Perkampungan Budaya Betawi	44
2.2.1.2 Akses Masuk	46
2.2.2 Gambaran Institusi	46
2.2.3 Gambaran Karakter Target	51
2.2.4 Data Kompetitor	51
2.2.5 Kondisi Media Komunikasi Visual	51
2.3 Analisa Data	52
2.3.1 Analisa SWOT	52
2.3.2 Positioning	54
BAB III KONSEP PERANCANGAN PROMOSI DALAM BENTUK CETAK UNTUK PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN	55
3.1 KONSEP MEDIA	55
3.1.1 Tujuan Media	55
3.1.2 Strategi Media	55
3.1.3 Pemilihan Media	56
3.1.3.1 Target	56
3.1.3.2 Panduan Media	56
3.1.3.3 Program Media	56
3.2 Konsep Kreatif	57

3.2.1 Keyword	57
3.2.2 Strategi Kreatif	57
3.2.2.1 Warna	57
3.2.2.2 Tipografi	60
3.2.2.3 Image	61
3.2.2.4 Logo	61
3.2.2.5 Identitas Visual	62
3.2.2.6 Gaya Desain	63
3.2.2.7 Layout	63
3.2.3 Program Kreatif	63
3.2.3.1 Proses Cetak	63
3.2.3.2 Pra Produksi	64
3.2.3.3 Produksi	64
3.2.3.4 Paska Produksi	64
3.3 Konsep Komunikasi	64
3.3.1 Tujuan Komunikasi	64
3.3.2 Strategi Komunikasi	65
3.4 PERENCANAAN BIAYA	67
3.4.1 Produksi	67
3.4.2 Promosi	69
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	70
4.1 Logo	70
4.1.1 Logo	70
4.1.2 Ketetapan Identitas Visual	71

4.2 Stationery	72
4.2.1 Kartu Nama	72
4.2.2 Address Label	73
4.2.3 Amplop C 6/5	74
4.2.4 Amplop C4	75
4.2.5 Kop Surat	76
4.2.6 Form Faksimili	77
4.2.7 Map	78
4.2.8 Tiket	79
4.2.9 Template CD Label dan CD Cover	80
4.2.10 Stempel	81
4.2.11 Kartu Petugas	82
4.2.12 Petunjuk Arah	83
4.3 Media Publikasi	84
4.3.1 Poster	84
4.3.2 Katalog	85
4.3.3 Brosur	86
4.3.4 Flyer	87
4.3.5 Billboard	88
4.3.6 Banner	89
4.3.7 Iklan	90
4.4 Marchandise	91
4.4.1 kalender	91
4.4.2 Tas	92
4.4.3 pin	93

4.4.4 Mug	93
4.4.5 pen	94
4.4.6 pencil	94
4.4.7 Payung	95
4.4.8 Topi	95
4.4.9 Kaos Dewasa	96
4.4.10 Kaos Anak-anak	96
4.4.11 Kipas	97
4.4.11 Stiker	97
 BAB V PENUTUP	 98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN