

DAFTAR ISI

I.	Pendahuluan	
	1.1. Latar Belakang.....	1
	1.2. Rumusan Masalah.....	3
	1.3. Batasan Masalah.....	4
	1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan.....	4
	1.4.1. Maksud dan Tujuan Perancangan.....	5
	1.5. Metode Pengumpulan Data.....	6
	1.5.1. Studi Lapangan.....	6
	1.5.2. Wawancara.....	10
	1.5.3. Studi Pustaka.....	12
	1.6. Kerangka Pemikiran.....	13
	1.7. Sistematika Perancangan.....	14
II.	Landasan Teori dan Analisa Data	
	2.1. Landasan Teori.....	15
	2.1.1. Teori Komunikasi.....	15
	2.1.2. Strategi Publikasi.....	19
	2.1.3. Psikologi Warna.....	20
	2.1.4. Semiotika.....	23
	2.1.4.1. Semantik.....	24
	2.1.4.2. Sintatik.....	25
	2.1.4.3. Pragmatik.....	25
	2.1.5. Aspek Kultural.....	25
	2.1.5.1. Teori Budaya.....	25
	2.1.6. Gaya Desain.....	27
	2.1.6.1. Gaya Desain Art Deco.....	27
	2.1.6.2. Gaya Desain Swiss/International.....	28

2.1.6.3. Gaya Desain Late Modern.....	29
2.1.6.4. Gaya Desain American Kitsch.....	30
2.1.6.5. Gaya Desain Psychedelic Style.....	31
2.1.7. Unsur dan Prinsip Desain.....	32
2.1.7.1. Prinsip Desain.....	32
2.1.7.2. Unsur Desain.....	36
2.1.8. Ilustrasi pada Media Publikasi.....	44
2.1.9. Tipografi pada Media Publikasi.....	46
2.1.9.1. Anatomi Huruf.....	46
2.1.9.1.1. Ciri-ciri Huruf.....	46
2.1.9.2. Kejelasan (Legibility).....	47
2.1.9.3. Keterbacaan (Readability).....	47
2.1.10. Teori Buku.....	48
2.1.10.1. Anatomi Buku.....	48
2.1.10.2. Struktur Buku.....	50
2.1.11. Fotografi.....	51
2.1.11.1. Prinsip Fotografi.....	52
2.1.11.2. Komposisi Fotografi.....	55
2.1.11.3. Angle Kamera.....	60
2.1.11.4. Type Of Shot.....	63
2.2. Analisa Data.....	67
2.2.1. Gambar Institusi.....	67
2.2.2. Kondisi Media Komunikasi Visual.....	70
2.2.3. Data Kompetitor.....	71
2.2.4. SWOT.....	71
III. Konsep Perancangan	
3.1. Konsep Media.....	73

3.1.1. Tujuan Media.....	74
3.1.2. Strategi Media.....	74
3.1.3. Pemilihan Media.....	75
3.1.3.1. Target.....	75
3.1.3.2. Panduan Media.....	76
3.1.3.3. Program Media.....	78
3.2. Konsep Kreatif.....	80
3.2.1. Keyword.....	80
3.2.2. Strategi Kreatif.....	81
3.2.2.1. Warna.....	81
3.2.2.2. Tipografi.....	82
3.2.2.3. Image.....	85
3.2.2.4. Logo.....	86
3.2.2.5. Identitas Visual.....	87
3.2.2.6. Gaya Desain.....	89
3.2.2.7. Aliran Seni Fotografi.....	90
3.2.2.8. Layout.....	91
3.2.3. Program Keatif.....	92
3.2.3.1. Proses Cetak.....	92
3.2.3.2. Pra Produksi.....	92
3.2.3.3. Produksi.....	93
3.2.3.4. Pasca Produksi.....	94
3.3. Konsep Komunikasi.....	95
3.3.1. Tujuan Komunikasi.....	96
3.3.2. Strategi Komunikasi.....	97
3.4. Perencanaan Biaya.....	99
3.4.1. Produksi.....	99
3.4.2. Promosi.....	99

VI.	Desain dan Aplikasi	
4.1.	Media Utama.....	100
4.1.1.	Buku.....	100
4.1.2.	Logo.....	105
4.2.	Media Promosi.....	105
4.2.1.	Poster.....	105
4.2.2.	Flyer.....	107
4.2.3.	Spanduk.....	108
4.2.4.	Digital.....	108
4.3.	Merchandise.....	109
4.3.1.	Kalender.....	109
4.3.2.	Pembatas Buku.....	110
4.3.3.	Sticker.....	110
4.3.4.	Pin.....	111
4.3.5.	Tote Bag.....	111
4.3.6.	Kaos.....	112
4.3.7.	Jam Dinding.....	112
V.	Penutup	
5.1.	Kesimpulan.....	113
5.2.	Saran.....	114