

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Metode Pengumpulan Data	6

1.6 Kerangka Pemikiran	6
1.7 Skematika Perancangan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori Komunikasi	8
2.1.2 Psikologi Warna	11
2.1.3 Semiotika	22
2.1.4 Strategi Publikasi	25
2.1.5 Tinjauan Aspek Kultural	27
2.1.6 Tinjauan Aspek Moral	33
2.1.7 Gaya Desain	35
2.1.8 Tinjauan Aspek Komposisi	39
2.1.9 Tinjauan Fotografi pada Media Publikasi	43
2.1.10 Tinjauan Tipografi pada Media Publikasi.....	47
2.1.11 Metode Penelitian	51
2.2. Analisa Data	52
2.2.1 Gambaran Institusi.....	53
2.2.2 Gambaran Karakter Target.....	57
2.2.3 Data Kompetitor	60

2.2.4 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	63
2.2.5 Analisa SWOT, Positioning, UPS	65
BAB III KONSEP PERANCANGAN	67
3.1 Konsep Media.....	67
3.1.1 Tujuan Media	68
3.1.2 Strategi Media.....	69
3.1.3 Pemilihan Media	70
3.2.3.1 Target	70
3.2.3.2 Panduan Media	71
3.2.3.3 Program Media	73
3.2 Konsep Kreatif	89
3.2.1 Keyword.....	89
3.2.2 Startegi Kreatif.....	89
3.2.2.1 Warna	90
3.2.2.2 Tipografi.....	92
3.2.2.3 Image.....	93
3.2.2.4 Logo.....	93
3.2.2.5 Identitas Visual	94
3.2.2.6 Gaya Desain.....	94
3.2.2.7 Layout.....	95

3.2.3 Program Kreatif	95
3.2.3.1 Proses Cetak.....	95
3.2.3.2 Pra Produksi.....	95
3.2.3.3 Produksi.....	96
3.2.3.4 Pasca Produksi	97
3.3 Konsep Komunikasi	98
3.3.1 Tujuan Komunikasi	98
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	98
3.4 Perencanaan Biaya.....	99
3.4.1 Produksi	99
3.4.2 Promosi.....	101
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	103
4.1 Logo	103
4.2 Penetapan Identitas Visual.....	104
4.3 Stasionary.....	104
4.3.1 Kartu Nama, Kop Surat, Amplop	104
4.3.2 Form Faksimili.....	106
4.3.3 Map	107
4.4 Company Profile	109
4.4.1 Media Cetak.....	109