

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | ii |
| ELMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN TANDA KELULUSAN..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR BAGAN..... | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 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 Sistematika Perancangan..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA | |
| 2.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.1.1 Teori Komunikasi..... | 10 |
| 2.1.2 Strategi Publikasi..... | 11 |
| 2.1.3 Psikologi Warna..... | 13 |
| 2.1.4 Semiotika..... | 15 |
| 2.1.5 Tinjauan Aspek Kultural..... | 16 |
| 2.1.6 Gaya Desain..... | 18 |

| | |
|--|----|
| 2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain..... | 21 |
| 2.1.8 Ilustrasi pada Media Publikasi..... | 25 |
| 2.1.9 Tipografi pada Media Publikasi..... | 26 |
| 2.2 Analisa Data..... | 30 |
| 2.2.1 Gambaran Institusi..... | 30 |
| 2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual..... | 33 |
| 2.2.3 Data Kompetitor..... | 33 |
| 2.2.4 Analisis SWOT..... | 34 |
| BAB III KONSEP PERANCANGAN BUKU SENGKALAN | |
| 3.1 Konsep Media..... | 35 |
| 3.1.1 Tujuan Media..... | 35 |
| 3.1.2 Strategi Media..... | 35 |
| 3.1.3 Pemilihan Media..... | 36 |
| 3.1.3.1 Target..... | 36 |
| 3.1.3.2 Panduan Media..... | 38 |
| 3.1.3.3 Program Media..... | 41 |
| 3.2 Konsep Kreatif..... | 44 |
| 3.2.1 Keyword..... | 44 |
| 3.2.2 Strategi Kreatif..... | 44 |
| 3.2.2.1 Warna..... | 45 |
| 3.2.2.2 Tipografi..... | 47 |
| 3.2.2.3 Image..... | 49 |
| 3.2.2.4 Logo..... | 50 |
| 3.2.2.5 Identitas Visual..... | 51 |
| 3.2.2.6 Gaya Desain..... | 52 |
| 3.2.2.7 Layout..... | 54 |
| 3.2.3 Program Kreatif..... | 56 |
| 3.2.3.1 Proses Cetak..... | 56 |

| | |
|---|----|
| 3.2.3.2 Pra Produksi..... | 56 |
| 3.2.3.3 Produksi..... | 57 |
| 3.2.3.4 Pasca Produksi..... | 59 |
| 3.3. Konsep Komunikasi..... | 60 |
| 3.3.1 Tujuan Komunikasi..... | 60 |
| 3.3.2 Strategi Komunikasi..... | 60 |
| 3.4 Perencanaan Biaya..... | 63 |
| 3.4.1 Produksi..... | 64 |
| 3.4.2 Promosi..... | 64 |
| BAB IV DESAIN DAN APLIKASI | |
| 4.1 Media Utama..... | 65 |
| 4.1.1 Buku..... | 65 |
| 4.1.2 Logo..... | 67 |
| 4.2 Media Promosi..... | 68 |
| 4.2.1 Poster..... | 68 |
| 4.2.2 Brosur..... | 69 |
| 4.2.3 Banner..... | 70 |
| 4.2.4 Digital..... | 71 |
| 4.3 Merchandise..... | 72 |
| 4.3.1 Kalender..... | 72 |
| 4.3.2 Pembatas Buku..... | 73 |
| 4.3.3 Tas..... | 73 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan dan Saran..... | 74 |
| 5.2 Hasil Penilaian Sidang Tugas Akhir..... | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 77 |
| LAMPIRAN..... | 78 |