

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR	TABEL
.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.2.3 Batasan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Metode yang digunakan.....	5
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.6 Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Pengertian Perancangan.....	9
2.1.1 Kampanye	10
2.1.2 Jenis-jenis kampanye	10
2.2 Media Komunikasi Informasi dan Edukasi	11
2.2.1 Media Komunikasi Informasi	12
2.2.2.1.Pengertian Edukasi	11
2.3 Desain Komunikasi Visual	12
2.3.1 Teori Desain Komunikasi Visual	12
2.3.2 Komunikasi Visual	13
2.3.3 Elemen Komunikasi Visual	13

2.3.3.1	Layout	13
2.3.3.1.1	Teori Layout	13
2.3.3.2	Tipografi	16
2.3.3.3	Warna	19
2.3.3.4	Simbolisme	23
2.3.3.5	Ilustrasi	23
2.3.3.5.1	Teori Ilustrasi	23
2.4	Buku	24
2.4.1	Definisi Buku	24
2.4.2	Desain dan Anatomi Buku	25
2.4.2.1	Cover	25
2.4.2.2	Preliniminaries	26
2.4.2.4	Text Matter	26
2.4.2.4	Postliminiaries	27
2.4.3	Penjilidan Buku	27
2.5	Remaja	28
2.5.1	Psikologi Remaja	28
2.5.1.1	Masa Remaja	28
2.5.1.2	Perkembangan Kognitif Psikologi Remaja	29
2.6	Budaya	30
2.6.1	Geografi Budaya an Identitas Regional	31
2.7	Herbal	32
2.7.1	Obat Herbal	32
2.7.1.1	Jamu Tradisional	33
2.7.2	Obat Non Herbal	33
2.7.2.1	Obat Medis	33

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data	35
3.1.1	Data Institusi	35
3.1.2	Arah Kebijakan	36
3.1.3	Tujuan Sasaran	36
3.1.4	Data Objek Penelitian	37
3.1.4.1	Pengenalan Jamu Tradisional	37
3.1.4.2	Sejarah Jamu Gendong	46
3.2	Data Produk	48
3.3	Khalayak Sasaran	49
3.3.1	Demografis	49
3.3.2	Psikologis	49
3.3.3	Geografis	50

3.4 Data Proyek Sejenis	50
3.5 Data Hasil Observasi, Kuisisioner dan Wawancara	51
3.5.1 Data Observasi	51
A. Pasar Nguter	51
B. B2P2TOOT	51
C. Toko Toga Mas Bandung	52
3.5.2 Kesimpulan Observasi	53
3.5.3.1 Hasil wawancara siswa SMA BANI SALEH	53
3.5.3.2 Hasil Wawancara Pedagang Jamu Pasar Nguter	54
3.5.3.3 Hasil Wawancara B2P2TOOT	55
3.5.3 Data Kuisisioner	56
3.5.4 Kesimpulan Wawancara	59
3.6 Analisis Produk Sejenis	59
3.6.1 Analisis Visual	59
3.6.2 Analisis SWOT	59
A. Strength	59
B. Weakness	60
C. Opportunity	60
D. Threat	60

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep Pesan	61
4.2 Konsep Kreatif	63
4.3 Konsep Media	65
4.4 Konsep Visual	65
4.5 Konsep Bisnis	70
4.6 Proses Kreatif	71
4.7 Hasil Perancangan	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA	85
-----------------------------	-----------