

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	6
DAFTAR ISI .....	7
DAFTAR GAMBAR .....	8
DAFTAR TABEL .....	9
BAB I PENDAHULUAN .....	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Ruang Lingkup .....	12
1.5 Tujuan Penelitian .....	13
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	13
1.7 Kerangka Perancangan .....	14
1.8 Pembabakan .....	15
BAB II DASAR PEMIKIRAN .....	16
2.1 Teori Desain Komunikasi Visual .....	16
2.2 Unsur – unsur pada desain .....	25
2.3 Teori Tipografi .....	26
2.4 Teori Ilustrasi .....	29
2.5 Artisan Brand .....	30
2.6 Teori Buku .....	30
2.7 Teori pariwisata .....	32
2.8 Teori Komunikasi .....	35
2.9 Kerangka Teori .....	37
BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEI DAN ANALISIS .....	38
3.1 Uraian data .....	38
3.2 Data Observasi .....	40
3.3 Data Wawancara .....	42
3.4 Kuesioner .....	48
3.5 Analisis Visual .....	55
3.6 SWOT .....	56
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN .....	59
4.1 Strategi Pesan .....	59
4.2 Strategi Kreatif .....	59
4.3 Strategi Media .....	61
4.5 Konsep Visual .....	64

4.6 Hasil Rancangan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70

## DAFTAR GAMBAR

BAB I.....	12
PENDAHULUAN .....	12
1.1 LATAR BELAKANG.....	12
1.2 PERMASALAHAN .....	14
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	14
1.4 RUANG LINGKUP.....	14
2.1 TEORI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	19
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL ADALAH SUATU DISIPLIN ILMU YANG MEMPELAJARI KONSEP-KONSEP KOMUNIKASI SERTA UNGKAPAN KREATIF MELALUI BERBAGAI MEDIA UNTUK MENYAMPAIKAN PESAN DAN GAGASAN SECARA VISUAL DENGAN MENGELOLA ELEMEN-ELEMEN GRAFIS YANG BERUPA BENTUK DAN GAMBAR, TATANAN HURUF, SERTA KOMPOSISI WARNA DAN LAYOUT (TATALETAK/PERWAJAHAN). SEHINGGA GAGASAN BISA DITERIMA OLEH ORANG ATAU KELOMPOK YANG MENJADI TARGET PENERIMA PESAN. (KUSRIANTO, 2007:2) .....	19

