

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Batasan dan Ruang Lingkup Perancangan	4
E. Tujuan Perancangan	5
F. Metode Perancangan	6
1. Metode Perancangan	6
2. Metode Pengumpulan Data	9
G. Sistematika Penulisan	10
BAB II	11
PERSPEKTIF TEORI	11
A. Tinjauan Umum	11
1. Elemen Desain	11
2. Ilustrasi	23
3. Buku Ilustrasi	27
4. Anatomi Buku	28
B. Tinjauan Khusus	31

1. Online Dating App	31
2. Tinder	33
3. Visual Diary	34
C. Terminologi/Istilah	36
BAB III	40
DATA DAN ANALISIS MASALAH	40
A. Data Lapangan	40
1. Data Perusahaan	40
Penerbit Bukune	40
Nama Komunikatif	41
Logo Perusahaan	41
Lingkup Layanan	41
Lingkup Wilayah Usaha	42
Visi dan Misi	42
B. Analisis SWOT	42
1. Analisis SWOT	42
2. Kesimpulan SWOT	44
C. Analisis Khalayak Sasaran	44
Geografis	44
Demografis	44
Psikografis	44
Behavioral	45
Kesimpulan Analisis Khalayak Sasaran	45
Hasil Kuesioner dan Wawancara	45
Grafik Hasil Kuesioner	45
D. Analisis Persaingan dan Pesaing	48
BAB IV	51

KONSEP PERANCANGAN	51
A. Fakta-Fakta Kunci (Key Facts)	51
B. Tujuan Perancangan Buku	51
C. Insight dan Metode Gagasan	52
D. Strategi dan Konsep Kreatif	53
1. Strategi	53
2. Konsep Kreatif	53
3. Gaya Eksekusi Kreatif	53
E. Keputusan Kreatif	54
1. Keputusan Fisik Buku	54
2. Keputusan Verbal Buku	54
3. Keputusan Visual Buku	55
F. Biaya Perancangan dan Produksi	56
1. Biaya Kreatif	56
2. Biaya Produksi	56
3. HET	58
BAB V	59
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL	59
A. Media Utama	59
B. Media Pendukung	68
BAB VI	74
PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75