

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
KOSAKATA	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	3
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II. ILMU HERMETISISME	5
II.1 Okultisisme	5
II.2 Hermetisisme	8
II.3 Hermes Trismegistus	10
II.4 Hermetica	12
II.5 Corpus Hermeticum	13

II.6 Analisis	14
II.7 Resume	19
II.8 Solusi Perancangan.....	20
BAB III SRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL.....	22
III.1 Khalayak Sasaran	22
III.2 Strategi Perancangan.....	23
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	23
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	24
III.2.3 <i>Mandatory</i>	26
III.2.4 Materi Pesan.....	27
III.2.5 Gaya Bahasa.....	27
III.2.6 Strategi Kreatif	28
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	28
III.2.6.2 <i>Storyline</i>	28
III.2.6.3 <i>Storyboard</i>	29
III.2.6.4 Visualisasi	30
III.2.7 Strategi Media	30
III.2.7.1 Media Utama.....	31
III.2.7.2 Media Pendukung.....	32
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	34
III.3 Konsep Visual	36
III.3.1 Format Desain	36
III.3.2 Tata Letak.....	37
III.3.3 Tipografi.....	38
III.3.4 Ilustrasi.....	40
III.3.5 Warna	52

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	54
IV.1 Media Utama.....	54
IV.1.1 Proses Desain Media Utama	54
IV.1.2 Teknis Produksi Media Utama.....	57
IV.1.2 Hasil Akhir Media Utama.....	57
IV.2 Media Pendukung	67
IV.2.1 Poster.....	67
IV.2.2 <i>X-Banner</i>	70
IV.2.3 <i>Hanging Mobile</i>	71
IV.2.4 Pembatas Buku.....	72
IV.2.5 Buku Catatan.....	73
IV.2.6 Kartu Pos.....	74
IV.2.7 Pin	75
IV.2.8 <i>Tote Bag</i>	77
IV.2.9 <i>Flyer</i>	78
IV.2.10 <i>T-shirt</i>	78
IV.2.11 Konten Media Sosial.....	79
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86