

# DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                   | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                  | <b>ii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                              | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                              | <b>vii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                          | <b>1</b>   |
| I.1 Latar Belakang Masalah .....                       | 1          |
| I.2 Identifikasi Masalah .....                         | 2          |
| I.3 Rumusan Masalah.....                               | 2          |
| I.4 Batasan Masalah .....                              | 2          |
| I.5 Tujuan Dan Manfaat Perancangan.....                | 3          |
| I.5.1. Tujuan Perancangan .....                        | 3          |
| I.5.2. Manfaat Perancangan .....                       | 3          |
| <b>BAB II SISTEM TANDA DI STASIUN TANAH ABANG.....</b> | <b>4</b>   |
| II.1 Topik Perancangan.....                            | 4          |
| II.1.1 <i>Sign System</i> .....                        | 4          |
| II.1.2 Stasiun Tanah Abang .....                       | 5          |
| II.1.3 KAI Commuter.....                               | 7          |
| II.2 Kondisi Sistem Tanda Di Stasiun Tanah Abang ..... | 8          |
| II.3 Bentuk Visual Dan Penempatan.....                 | 9          |
| II.4 Hasil Analisis .....                              | 9          |
| II.5 Resume .....                                      | 11         |
| II.6 Usulan Desain .....                               | 11         |

|  |    |
|--|----|
| <b>BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN</b> .....  | 12 |
| III.1 Khalayak Sasaran.....                                  | 12 |
| III.1.1 Aspek Geografis.....                                 | 12 |
| III.1.2 Aspek Psikografis .....                              | 12 |
| III.1.3 Aspek Demografis .....                               | 13 |
| III.1.4 <i>Consumer Insight</i> .....                        | 14 |
| III.1.5 <i>Consumer Journey</i> .....                        | 15 |
| III.2 Strategi Perancangan.....                              | 16 |
| III.2.1 Tujuan Komunikasi.....                               | 16 |
| III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....                           | 17 |
| III.2.3 Mandatori.....                                       | 17 |
| III.2.4 Materi Pesan.....                                    | 17 |
| III.2.5 Gaya Bahasa.....                                     | 18 |
| III.2.6 Strategi Kreatif.....                                | 18 |
| III.2.7 Strategi Media.....                                  | 18 |
| III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media ..... | 19 |
| III.3 Konsep Visual.....                                     | 22 |
| III.3.1 Format Desain.....                                   | 24 |
| III.3.2 Tata Letak ( <i>Layout</i> ).....                    | 25 |
| III.3.3 Tipografi .....                                      | 25 |
| III.3.4 Ilustrasi.....                                       | 26 |
| III. 3.5 Warna.....  | 28 |
| <b>BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI</b> .....                | 29 |
| IV.1 Teknis Produksi .....                                   | 29 |
| IV.1.1 Pra Produksi.....                                     | 29 |
| IV.1.3. Pasca Produksi.....                                  | 32 |
| IV.2 Teknis Media Utama.....                                 | 32 |
| IV.3 Teknis Media Pendukung .....                            | 35 |

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| <b>BAB V KESIMPULAN</b> ..... | 40   |
| V.1 Kesimpulan .....          | 40   |
| V.2 Saran .....               | 40   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....   | viii |