

## **DAFTAR ISI**

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
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.....	3
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	3
BAB II. LANDASAN TEORI CLUB OF 1986 DAN HASIL ANALISIS PERMASALAHAN .....	5
II.1. Gambaran Umum Club of 1986 .....	5
II.1.1. Sejarah Club of 1986 .....	5
II.1.2. Profil Club of 1986.....	5
II.2. Produk Club of 1986 .....	6
II.2.1. <i>Varsity Jacket</i> .....	7
II.2.1.1. Kagoshima.....	7

II.2.1.2. Miyazaki .....	7
II.2.1.3. Takayama .....	8
II.2.2. <i>Crew Neck Sweater</i> .....	8
II.2.2.1. Chizuru .....	9
II.2.2.2. Seika .....	9
II.2.3. <i>T-shirt</i> .....	10
II.2.3.1. Genesis .....	10
II.2.3.2. Joyride .....	10
II.2.4. <i>Jaket Windbreaker</i> .....	11
II.2.4.1. Rusutsu .....	11
II.2.4.2. Asakusa Navy Blue .....	12
II.2.4.3. Asakusa Emerald Green .....	12
II.2.4.4. Shinjuku.....	13
II.2.4.5. Yahiko .....	13
II.2.5. <i>Measurement Produk</i> .....	14
II.2.6. Harga Produk.....	14
II.2.7. Spesifikasi Produk .....	15
II.3. Analisis Objek Permasalahan .....	15
II.3.1. Wawancara .....	15
II.3.2. Kuesioner.....	16
II.3.2.1. Deskripsi Jenis Kelamin .....	16
II.3.2.2. Responden Berdasarkan Usia .....	17
II.3.2.3. Kebutuhan Media Informasi Yang Diinginkan .....	17
II.3.2.4. Gaya Penyajian Informasi Yang Diharapkan .....	18
II.3.2.5. Informasi yang dibutuhkan mengenai produk Club of 1986.....	19

II.3.3. Resume .....	20
II.3.4. Solusi Perancangan.....	20
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....	21
III.1. Khalayak Sasaran .....	21
III.1.1. Demografis .....	21
III.1.2. Geografis .....	21
III.1.3. Psikografis.....	22
III.1.4. <i>Consumer Journey</i> .....	22
III.1.5. <i>Consumer Insight</i> .....	24
III.2. Strategi Perancangan .....	24
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	25
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	25
III.2.2.1. Pendekatan Komunikasi Verbal .....	25
III.2.2.2. Pendekatan Komunikasi Visual .....	25
III.2.3. <i>Mandatory</i> .....	27
III.2.4. Materi Pesan.....	27
III.2.5. Gaya Bahasa.....	28
III.2.6. Strategi Kreatif .....	28
III.2.6.1. <i>Copywriting</i> .....	28
III.2.6.2. Visualisasi .....	28
III.2.7. Strategi Media .....	29
III.2.7.1. Media Utama.....	29
III.2.7.2. Media Pendukung .....	31
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	36
III.3. Konsep Visual .....	36

III.3.1. Format Desain .....	37
III.3.2. Tata Letak.....	42
III.3.3. Tipografi.....	43
III.3.4. Ilustrasi.....	44
III.3.5. Warna .....	44
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI .....	46
IV.1. Teknis Produksi .....	46
IV.1.1. Tahap Pra Produksi .....	46
IV.1.2. Tahap Produksi .....	47
IV.1.3. Tahap Pasca Produksi .....	51
IV.2. Media Utama.....	51
IV.3. Media Pendukung .....	53
BAB V. KESIMPULAN & SARAN .....	60
V.1. Kesimpulan .....	60
V.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN .....	64