

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
I.1 Latar Belakang	14
I.2 Identifikasi Masalah	18
I.3 Rumusan Masalah	18
I.4 Batasan Masalah.....	18
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	18
I.5.1 Tujuan Perancangan	18
I.5.2 Manfaat Perancangan	19
BAB II TINJAUAN TERTAWA	20
II.1 Pengertian Tertawa.....	20
II.1.2 Alasan Orang Tertawa.....	20
II.1.3 Jenis Humor	22
II.1.4 Perbedaan Tipe Tertawa.....	26
II.1.4.1 Perbedaan Tipe Tertawa Berdasarkan Status	26
II.1.4.2 Perbedaan Tipe Tawa Berdasarkan Situasi	27
II.2 Analisa Objek.....	34
II.2.1 Kuesioner	34
II.2.2 Wawancara.....	41
II.3 Resume.....	42

II.4	Solusi Perancangan	43
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN		44
III.1	Khalayak Sasaran	44
III.1.1	<i>Consumer Insight</i>	46
III.1.2	<i>Consumer Journey</i>	47
III.2	Strategi Perancangan	48
III.2.1	Tujuan Komunikasi	49
III.2.2	Pendekatan Komunikasi	49
III.2.2.1	Pendekatan Verbal	49
III.2.2.2	Pendekatan Visual	49
III.2.3	<i>Mandatory</i>	52
III.2.4	Materi Pesan	53
III.2.5	Gaya Bahasa	53
III.2.6	Strategi Kreatif	54
III.2.6.1	<i>Copywriting</i>	54
III.2.6.2	Konten Media	55
III.2.7	Strategi Media	60
III.2.8	Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	64
III.3	Konsep Visual	66
III.3.1	Format Desain	67
III.3.2	Tata Letak	74
III.3.3	Tipografi	82
III.3.4	Ilustrasi	83
III.3.5	Warna	87
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI		89
IV.1	Teknis Produksi	89
IV.1.1	Teknis Pengambilan Gambar	89
IV.1.2	Teknis Pembuatan Ilustrasi	89
IV.1.3	Proses Digital	90
IV.2	Media Utama	94

IV.2.1	Hasil Karya Media Utama.....	95
IV.3	Media Pendukung	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		127
V.1	Kesimpulan	127
V.2	Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA		128
LAMPIRAN.....		133
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....		139
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR		140
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		141