

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>II</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB I.PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I. 1 Latar Belakang Masalah .....	1
I. 2 Identifikasi Masalah.....	4
I. 3 Rumusan Masalah.....	4
I. 4 Batasan Masalah .....	5
I. 5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	5
I. 5.1 Tujuan Perancangan.....	5
I. 5.2 Manfaat Perancangan.....	5
<b>BAB II.SOSIALISASI PENYAMPAIAN ASPIRASI KEPADA PEMERINTAH MELALUI MEDIA BUKU .....</b>	<b>6</b>
II.1 Landasan Teori .....	6
II.1.1 Penyampaian Aspirasi .....	6
II.1.1.1 Bentuk-Bentuk Aspirasi .....	8
II.1.1.2 Alur Pengelolaan Suatu Aspirasi.....	10
II.1.1.3 Aspirasi Melalui Media Sosial .....	13
II.1.2 Pengertian Pemerintah.....	13

II. 1.2.1 Sistem Pemerintahan Indonesia.....	14
II.1.3 Pengertian Media.....	18
II.1.3.1 Jenis-Jenis Media.....	18
II.1.4 Pengertian Buku .....	19
II.1.4.1 Klasifikasi Buku dan Macamnya.....	20
II.1.4.2 Manfaat Buku bagi Manusia .....	20
II.1.5 Pengertian Undang-undang ITE.....	21
II.1.5.1 Pasal-Pasal yang Ada Didalam UU ITE.....	22
II.1.6 Pengertian KUHP .....	22
II.1.6.1 Pasal Pasal Yang Ada Didalam KUHP .....	23
II.1.7 Pengertian Komunikasi .....	23
II.1.8 Pengertian Etika Komunikasi .....	24
II.2 Analisis Objek .....	24
II.2.1 Semiotika.....	25
II.2.2 Fenomenalogi .....	25
II.2.2 Kuesioner.....	29
II.3 Resume .....	33
II.4. Solusi Perancangan.....	34
<b>BAB III.STRATEGI PERANCANGAN MEDIA DAN KONSEP DESAIN ..35</b>	
III.1. Khalayak Sasaran .....	35
III.1.1. Consumer Insight .....	36
III.1.2. Consumer Journey.....	36
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	38
III.2. Strategi Perancangan.....	40
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	40
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	40
III.2.2.1. Pendekatan Verbal .....	40
III.2.2.2. Pendekatan Visual.....	41
III.2.3. Mandatory .....	42

III.2.4. Materi Pesan.....	43
III.2.5. Gaya Bahasa.....	43
III.2.6. Strategi Kreatif.....	44
III.2.7 Strategi Media.....	44
III.3. Konsep Visual.....	47
III.3.1 Format Desain.....	47
III.3.2 Media Utama.....	47
III.3.3 Media Pendukung.....	48
III.3.4 Tata letak ( <i>Layout</i> ).....	56
III.3.4.1 Tata Letak Media Utama.....	56
III.3.4.2 Tata Letak Media Pendukung.....	59
III.3.5 Tipografi.....	67
III.3.5 Ilustrasi.....	68
III.3.6 Desain Buku.....	71
III.3.7 Warna.....	71
<b>BAB IV MEDIA &amp; TEKNIS PRODUKSI.....</b>	<b>73</b>
IV.1 Konsep Media.....	73
IV.2 Teknis Media.....	73
IV.2.1 Teknis Pembuatan Ilustrasi.....	73
IV. 2.2 Proses Digitalisasi.....	73
IV.3 Hasil Karya Utama.....	77
IV. 4 Hasil Karya Media Pendukung.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>94</b>
V. 1 Kesimpulan.....	94
V.2 Saran.....	94