

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	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
GLOSARI.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
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. TINJAUAN PUSTAKA PERANCANGAN INFORMASI CELENGAN DARI MASA KE MASA MELALUI BUKU DENGAN ILUSTRASI	5
II.1. Landasan Teori	5
II.1.1. Budaya Menabung.....	5
II.1.2. Pengertian Celengan	7
II.1.3. Sejarah Celengan	7
II.2. Objek Penelitian	9
II.2.1. Jenis-jenis Celengan	9
II.2.2. Inovasi dalam Desain Celengan	12
II.2.3. Celengan Daur Ulang	22

II.2.4. Produksi Celengan.....	30
II.3. Analisa	36
II.3.1. Wawancara/ <i>Interview</i>	36
II.3.2. Kueisioner	37
II.4. Resume	44
II.5. Solusi Perancangan.....	45
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	46
III.1. Khalayak Sasaran	46
III.1.1. Demografis.....	46
III.1.2. Geografis.....	47
III.1.3. Psikografis	47
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	49
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	49
III.2. Strategi Perancangan	49
III.2.1. Tujuan Komunikasi	49
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	50
III.2.3. <i>Mandatory</i>	50
III.2.4. Materi Pesan	51
III.2.5. Gaya Bahasa	51
III.2.6. Strategi Kreatif	52
III.2.6.1. Visualisasi	52
III.2.6.2. Konsep	53
III.2.6.3. Konsep Desain	53
III.2.7. Strategi Media	56
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	58
III.3. Konsep Visual.....	59
III.3.1. Format Desain	59
III.3.2. Tata Letak	60
III.3.3. Tipografi	61
III.3.4. Ilustrasi	61
III.3.5. Warna	64

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	65
IV.1. Media	65
IV.1.1. Media Utama	65
IV.1.1. Media Pendukung	70
IV.2. Teknis Produksi	74
IV.2.1. Pra Produksi.....	74
IV.2.2. Produksi.....	74
IV.2.3. Pasca Produksi	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	79