

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	1
LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II MANAJEMEN WAKTU BAGI MAHASISWA.....	5
II.1 Landasan Teori	5
II.1.1 Pengertian Manajemen Waktu.....	5
II.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Waktu	6
II.1.3 Aspek-aspek Manajemen Waktu	7
II.1.4 Pentingnya Manajemen Waktu	7
II.2. Objek Penelitian.....	8
II.2.1 Manajemen Waktu.....	8
II.2.1.1 Fenomena Mahasiswa.....	8
II.2.1.1.1 Mahasiswa Bekerja.....	8
II.2.1.1.2 Mahasiswa Kost.....	9

II.2.1.1.3 Mahasiswa <i>Drop Out</i>	10
II.2.2 Cara Memperbaiki Manajemen Waktu.....	11
II.2.3 Prinsip - Prinsip Pada Manajemen Waktu.....	12
II.3 Analisis Objek.....	12
II.3.1 Data Lapangan.....	12
II.3.1.1 Kuisisioner.....	12
II.3.2 Metode Observasi.....	18
II.3.3 Metode pengumpulan Data.....	19
II.3 Seluruh Mahasiswa di Kota Bandung.....	20
II.4 Resume.....	23
II.5 Solusi Perancangan.....	23
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	24
III.1 Khalayak Sasaran.....	24
III.1.1 Demografis.....	24
III.1.2 Geografis.....	24
III.1.3 Psikografis.....	25
III.1.4 Segmentasi.....	26
III.2 Strategi Perancangan.....	27
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	28
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	28
III.2.3 <i>Mandatory</i>	29
III.2.4 Materi Pesan.....	29
III.2.5 Gaya Bahasa.....	30
III.2.6 Strategi Kreatif.....	30
III.2.7 Strategi Media.....	32
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	34
III.3 Konsep Visual.....	35
III.3.1 Format Desain.....	38
III.3.2 Tata Letak.....	38
III.3.3 Tipografi.....	39
III.3.4 Ilustrasi.....	41

III.3.4.1 Studi Karakter.....	42
III.3.4.2 Karakter Tokoh.....	42
III.3.4.2 Studi Properti.....	45
III.3.4.3 Studi Latar	45
III.3.5 Warna	47
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	48
IV.1 Teknis Produksi Media Utama.....	48
IV.2 Media Utama.....	49
IV.3 Media Pendukung.....	63
IV.3.1 Media Promosi	63
IV.3.2 <i>Merchandise</i> / Media Kreatif	64
IV.3.3 Media Sosial.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kehidupan Mahasiswa Kost	10
Gambar II.2 Mahasiswa Anti Sosial	10
Gambar II.3 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	13
Gambar II.4 Diagram Responden Berdasarkan Usia	14
Gambar II.5 Diagram Responden mengetahui manajemen waktu.....	14
Gambar II.6 Diagram Responden pernah tidak mengatur waktu.....	15
Gambar II.7 Diagram Responden tentang tempat dilakukan	15
Gambar II.8 Diagram Responden berdasarkan faktor penyebab	16
Gambar II.9 Diagram Responden berdasarkan faktor penyebab	16
Gambar II.10 Diagram Responden berdasarkan faktor penyebab	17
Gambar II.11 Diagram Responden solusi manajemen waktu	17
Gambar II.12 Diagram Responden solusi manajemen waktu	18
Gambar II.13 Diagram Responden solusi manajemen waktu	18
Gambar II.14 Suasana Depan kampus UNIKOM yang ada dijalan Dipatiukur	22
Gambar II.15 Suasana dilantai 5 gedung baru kampus Unikom.....	22
Gambar III.1 Logo Gramedia Indonesia	29
Gambar III.2 Konsep visual kepala jam.....	36
Gambar III.3 Konsep visual kepala jam.....	37
Gambar III.4 Format desain	38
Gambar III.5 Contoh penerapan tata letak pada buku ilustrasi	39
Gambar III.6 Contoh penerapan tata letak pada buku ilustrasi	39
Gambar III.7 Judul ilustrasi.....	40
Gambar III.8 <i>Font DS-Digital</i>	40
Gambar III.9 <i>Font Action Man Bold</i>	40
Gambar III.10 Penggunaan <i>Font Action Man Bold</i> pada ilustrasi	41
Gambar III.11 Salah satu ilustrasi gaya ilustrasi yang dijadikan referensi	41
Gambar III.12 Desain Karakter visual dan referensi Ben	43
Gambar III.13 Desain Karakter visual dan referensi Max	43
Gambar III.14 Desain Karakter visual dan referensi Bang Jek.....	44
Gambar III.15 Desain Karakter visual dan referensi Pak Dosen	45

Gambar III.16 Studi Properti motor	45
Gambar III.17 Studi Properti mobil	45
Gambar III.18 Latar 1	46
Gambar III.19 Latar 2	46
Gambar III.20 Latar 3	46
Gambar III.21 Skema Warna	47
Gambar IV.1 <i>Storyboard</i>	48
Gambar IV.2 Langkah-Langkah setelah menyelesaikan	49
Gambar IV.3 Media Buku ilustrasi cetak	50
Gambar IV.4 Ilustrasi Sampul buku.....	50
Gambar IV.5 <i>X-Baner</i>	63
Gambar IV.6 Poster Promosi	64
Gambar IV.7 <i>T-Shirt</i>	65
Gambar IV.8 Gantungan kunci	65
Gambar IV.9 Stiker	66
Gambar IV.10 <i>Tote Bag</i>	67
Gambar IV.11 Tampilan Halaman Media Sosial Facebook	67
Gambar IV.12 Tampilan Halaman Media Sosial Instagram	68

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 <i>Consumer Journey</i>	27
Tabel III.2 Strategi Distribusi Media	34
Tabel III.3 Strategi Distribusi Media	35
Tabel III.4 Format Desain Buku Cerita Ilustrasi.....	38
Tabel III.5 Isi Buku Cerita Ilustrasi	51