DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR v
DAFTAR TABEL vi
DAFTAR LAMPIRAN vii

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah 1
I.2. Identifikasi Masalah 3
I.3. Fokus Permasalahan 3
I.4. Tujuan Perancangan 3

BAB II PEMAHAMAN PRANATA MANGSA PARA REMAJA

II.1 Pengetahuan Dasar Pranata Mangsa 4
II.1.1 Pranata Mangsa dalam Kesejarahan 4
II.2. Fase Remaja 5
II.2.1 Pengertian Remaja 5
II.2.2 Tahun-Tahun Masa Remaja 6
II.2.3 Masa Remaja Sebagai Periode yang Penting 6
II.2.4 Masa Remaja Sebagai Periode Peralihan 7
II.2.5 Masa Remaja Sebagai Periode Perubahan 8
II.2.6 Masa Remaja Sebagai Masa Mencari Identitas 8
II.2.7 Tingkah Laku Remaja Terhadap Ramalan 9
II.2.8 Manfaat Pranata Mangsa untuk Remaja 10
II.3. Perhitungan Pranata Mangsa untuk Remaja 10
1. *Kasa* 10
2. *Karo* 11
3. *Katelu* 11

4. *Kapat* 11
5. *Kalima* 11
6. *Kanem* 12
7. *Kapitu* 12
8. *Kawolu* 12
9. *Kasanga* 12
10. *Kasadasa* 13
11. *Desta* 13
12. *Sadha* 13
II.4. Hal yang Masuk Akal Tentang Ramalan 13
II.5. Horoskop dan Ramalan 15
II.5.1 Jenis Ramalan 15
II.6. Analisis Data Penelitian Kuisioner 16
II.7. Media Informasi 18
II.7.1 Pengertian Media 18
II.7.2 Pengertian Informasi 18
II.8. Buku dan Ilustrasi 19
II.8.1 Pengertian Buku 19
II.8.2 Pengertian Ilustrasi 19
II. 9 Segmentasi 20
II.10 Analisis Masalah 21
II.11 Solusi 21

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan 22
III.1.1 Pendekatan Komunikasi 22
1. Pendekatan Komunikasi Visual 22
2. Pendekatan Komuniaksi Verbal 22
III.1.2 Strategi Kreatif 23
III.1.3 Strategi Media 23
a. Media Utama 23
b. Media Pendukung 23

III.2. Konsep Visual 25
III.2.1 Format Desain 25
III.2.2 Tipografi 25
III.2.3 *Layout* 27
III.2.4 Ilustrasi 30
III.2.5 Warna 33

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1 Media Utama 35
IV.2 Media Pendukung 37
IV.2.1 *Flyer* 37
IV.2.2 Poster Ukuran A2 37
IV.2.3 Poster Ukuran A3 38
IV.2.4 *X-Banner* 38
IV.3 Media *Gimmick* 39
IV.3.1 Stiker 39
IV.3.2 Kartu 40
IV.3.3 Kalender 41
IV.3.4 Pembatas Buku 41

DAFTAR PUSTAKA 42
LAMPIRAN 44