DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTRA GAMBAR vii
DAFTAR TABEL viii

BAB I PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3

BAB II GERABAH DESA KASONGAN 4
II.1 Gerabah 4
II.2 Keramik 4
II.3 Kerajinan Gerabah atau Keramik 5
II.4 Desa Kasongan 6
II.4.1 Sejarah Desa Kasongan 6
II.4.2 Profil Desa Kasongan 8
II.4.3 Produk Gerabah Kasongan 10
II.4.3.1 Sejarah Produk Gerabah Kasongan 10
II.4.3.2 Keunikan Produk Gerabah Kasongan 13
II.4.4 Pengolah Produk 16
II.5 Kondisi Pasar Desa Kasongan Saat Ini 17
II.6 Analisis dan Usulan Desain 18

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 19
III.1 Strategi Perancangan.....19
III.1.1 Tujuan Perancangan.....19
III.1.2 Pendekatan Komunikasi.....20
III.1.2.1 Pendekatan Verbal 20
III.1.2.2 Pendekatan Visual.....20
III.1.3 Materi Pesan.....21
III.1.4 Gaya Bahasa.....22
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan.....22
III.1.5.1 Demografi 22
III.1.5.2 Geografi.....22
III.1.5.3 Psikografi 23
III.1.5.4 *Insight*.....23
III.1.5.5 *Journey*.....24
III.1.6 Strategi Kreatif.....25
III.1.7 Strategi Media 26
II.1.7.1 Media Utama 26
II.1.7.2 Media Pendukung.....27
II.1.8 Strategi Distribusi.....31
III.2 Konsep Visual.....32
III.2.1 Format Desain 32
III.2.1.1 *Grid System*.....32
III.2.1.2 Ukuran Logo 33
III.2.1.3 *Clear Area* Logo 34
III.2.1.4 Varian Logo 34
III.2.1.5 Variasi Warna Logo 35
III.2.1.6 Contoh Penggunaan Logo Yang Tidak Diperbolehkan 36
III.2.2 Tata Letak.....36
III.2.3 Tipografi.....38
III.2.4 Ilustrasi.....39
III.2.5 Foto 43
III.2.5 Warna.....44

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 47
IV.1 Teknis Produksi 47
IV.2 Teknik Aplikasi Media 48
II.2.1 Media Utama 48
II.2.1.1 Stationary.....52
II.2.1.2 Atribut Perusahaan 57
II.2.2 Media Pendukung.....59
II.2.2.1 *Merchandise* 60

DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN.....64