DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 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 3
I.5.2 Manfaat Perancangan 4

BAB II. MEDIA INFORMASI UNIVERSITAS PERTAMINA 5
II.1 Landasan Teori 5
II.1.1 Universitas 5
II.2 Universitas Pertamina 9
II.2.1 Visi dan Misi Universitas Pertamina 12
II.2.2 Daftar Fakultas Universitas Pertamina 13
II.3 Analisa 18
II.4 Resume 23

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 24
III.1 Strategi Perancangan 24

III.1.1 Website 24
III.1.2 Tujuan Komunikasi 26
III.1.3 Pendekatan Komunikasi 27
III.1.3.1 Pendekatan Visual 27
III.1.3.2 Pendekatan Verbal 28
III.1.4 Materi Pesan 29
III.1.5 Gaya Bahasa 29
III.1.6 Khalayak Sasaran Perancangan 29
III.1.6.1 Segmentasi 29
III.1.6.2 Consumer Insight 30
III.1.6.3 Consumer Journey 30
III.1.7 Strategi Kreatif 31
III.1.7 Strategi Media 32
III.1.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 34
III.2 Konsep Visual 35
III.2.1 Format Desain 37
III.2.2 Tata Letak 37
III.2.2.1 Grid System 37
III.2.2.2 Wireframe 38
III.2.2.3 Interface 40
III.2.2.4 Sitemap 40
III.2.3 Huruf 41
III.2.4 Ilustrasi 43
III.2.5 Warna 45

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 47
IV.1 Teknis Produksi 47
IV.1.1 Hardware (Perangkat Keras) 47
IV.1.2 Software (Perangkat Lunak) 47
IV.2 Proses Permbuatan Ikon 48
IV.3 Media Utama 51
IV.3.1 Wireframing Website 51

IV.3.2 Interfacing Website 52
IV.3.3 Coding 52
IV.4 Media Pendukung 60
IV.4.1 Poster 61
IV.4.2 X-Banner 62
IV.4.3 Brosur 63
IV.4.4 Stiker 63
IV.4.5 Notebook 64
IV.4.6 T-Shirt 65
IV.4.7 Kalender 66
IV.4.8 Mug 67
IV.4.9 Totebag 67

DAFTAR PUSTAKA 68
LAMPIRAN 70