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 4

I.4 Batasan Masalah 4

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 4

BAB II LANDASAN TEORI 5

II.1 Ikan Hias 5

II.1.1 Ikan Hias Air Tawar dan Ikan Hias Air Laut 6

II.1.2 Jenis – Jenis Ikan Hias Air Tawar 8

II.2 Ikan Koi 10

II.2.1 Jenis – Jenis Ikan Koi 11

II.2.2 Budidaya Ikan Koi 14
II.2.2.1 Ikan Koi Jantan dan Betina 14
II.2.2.2 Ciri Fisik Induk Koi Yang Ideal 16
II.2.2.3 Jenis – Jenis Kolam Ikan Koi 17
II.2.2.4 Pemeliharaan Ikan Koi 19
II.2.2.5 Pakan Ikan Koi 21
II.3 Analisa Permasalahan 22
II.4 *Resume* 23
II.5 Solusi Perancangan 24

BAB III STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN 25
III.1 Khalayak Sasaran 25
III.1.1 *Consumer Journey* 26
III.1.2 *Consumer Insight* 27
III.2 Strategi Perancangan 27
III.2.1 Tujuan Komunikasi 28
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 28
III.2.3 *Mandatory* 29
III.2.4 Materi Pesan 29
III.2.5 Gaya Bahasa 29
III.2.6 Strategi Kreatif 29
III.2.7 Strategi Media 31
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 33
III.3 Konsep Visual 34
III.3.1 Format Desain 34
III.3.2 Tata Letak 35

III.3.3 Tipografi 36
III.3.4 Ilustrasi 37
III.3.5 Warna 39
III.3.6 Audio 40

BAB IV MEDIA & TEKNIS PRODUKSI 44
IV.1 Media Utama 44
IV.1.1 Perangkat Produksi 44
IV.1.2 Teknis Produksi 45
IV.2 Media Pendukung 49
IV.2.1 *Web – banner* 50
IV.2.2 *Sticker* 51
IV.2.3 *T – shirt* 51
IV.2.4 Topi 52
IV.2.5 *Flyer* 53
IV.2.6 Poster 54
IV.2.7 *X – Banner* 55
IV.2.8 Pulpen 56
IV.2.9 Media Sosial 57

DAFTAR PUSTAKA xiii
LAMPIRAN xv

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Berbagai Jenis Ikan Hias 5

Gambar II.2 Ikan Badut yang hidup di Air Laut 6

Gambar II.3 Ikan Arwana *Blood Red* yang Hidup di Air Tawar 7

Gambar II.4 Ikan Arwana *Jardini* 9

Gambar II.5 Ikan Koi 10

Gambar II.6 Ikan Koi *Kohaku* 12

Gambar II.7 Ikan Koi *Taisho Sanshoku* 13

Gambar II.8 Ikan Koi *Hikarimuji* 13

Gambar II.9 Budidaya Ikan Koi 14

Gambar II.10 Koi Jantan 15

Gambar II.11 Koi Betina 15

Gambar II.12 Kolam Terpal 17

Gambar II.13 Kolam Semi Intensif 18

Gambar II.14 Kolam Intensif 18

Gambar II.15 pH Meter *Digital* 19

Gambar II.16 *Tetra Test* NH_3 20

Gambar II.17 Cacing Sutera Sebagai Pakan Alami 21

Gambar II.18 Pakan Buatan 22

Gambar III.1 *Wireframe Opening* Video 35

Gambar III.2 *Wireframe Scene* 2 35

Gambar III.3 *Wireframe* Poster, *Flyer* dan *Web – banner* 36

Gambar III.4 *Font* Eras Bold ITC 37

Gambar III.5 *Font* Made in China 37

Gambar III.6 Ilustrasi Infografis 38
Gambar III.7 Kolam Terpal 38
Gambar III.8 Logo 39
Gambar III.9 Palet Warna 40
Gambar IV.1 *Storyboard* 45
Gambar IV.2 Pembuatan Visual 46
Gambar IV.3 Pembuatan Model Tiga Dimensi 46
Gambar IV.4 Animasi 47
Gambar IV.5 *Compositing* 47
Gambar IV.6 *Rendering* 48
Gambar IV.7 Media Utama 49
Gambar IV.8 *Web – banner* 50
Gambar IV.9 Contoh Penempatan *Web – Banner* 50
Gambar IV.10 *Sticker*..... 51
Gambar IV.11 *T – shirt* 52
Gambar IV.12 *Topi* 53
Gambar IV.13 *Flyer* 54
Gambar IV.14 Poster..... 55
Gambar IV.15 *X – Banner* 56
Gambar IV.16 Pulpen 57
Gambar IV.17 *Channel* Youtube 58
Gambar IV.18 *Fanpage* Facebook 58

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 *Consumer Journey* 26

Tabel III.2 Strategi Distribusi Media 33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Riwayat Hidup xvi
Lampiran B Surat Keterangan Persetujuan Publikasi xvii
Lampiran C Transkrip Hasil Wawancara xviii
Lampiran D Data & Tabel xxi
Lampiran E Foto – foto BBPBAT dan Pasar Ikan Cibaraja xxii