DAFTAR ISI

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

BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 2
1.3 Rumusan Masalah 2
1.4 Batasan Masalah 2
1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3
1.5.1 Tujuan Perancangan 3
1.5.2 Manfaat Perancangan 3

BAB II CANDI MAURO JAMBI 4
II.1 Landasan Teori Candi Muaro Jambi 4
II.1.1 Candi 4
II.1.2 Candi di Indonesia 5
II.1.3 Candi di Pulau Sumatera 7
II.1.4 Jambi 8
II.2 Candi Muaro Jambi 9
II.3 Wawancara 11
II.4 Observasi Langsung di Candi Muaro Jambi 12
II.5 Resume 14
II.6 Solusi Perancangan 14

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 15
III.1 Khayalak sasaran 15
III.1.1 Demografis 16
III.1.2 Geografis 16
III.1.3 Psikografis 16
III.1.4 *Customer Insight* 16
III.1.5 *Consumer Journey* 17
III.2 Strategi Perancangan 17
III.2.1 Tujuan Perancangan 18
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 18
III.2.3 *Mandatory* 19
III.2.4 Materi Pesan 19
III.2.5 Gaya Bahasa 20
III.2.6 Strategi Kreatif 20
III.2.7 Strategi Media 23
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 24
III.3 Konsep visual 25
III.3.1 Format Desain 25
III.3.2 Tata Letak 26
III.3.3 Tipografi 27
III.3.4 Ilustrasi 28
III.3.5 Warna 31

BAB IV MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI 33
IV. 1 Media Utama 33
IV.2 Media Pendukung 39
IV.2.1 Poster 39
IV.2.2 Kaos 42
IV.2.3 Mug 42
IV.2.4 Pin dan Gantungan Kunci 43
IV.2.5 Stiker 44

IV.2.6 Kalender 45
IV.2.7 *Xbanner* 47

DAFTAR PUSTAKA 48
LAMPIRAN 49
KETERANGAN PUBLIKASI 61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 62