

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	2
I.2. Identifikasi Masalah.....	2
I.3. Rumusan Masalah.....	2
I.4. Batasan Masalah	2
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	3
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	3
I.5.2. Manfaat Perancangan	3
BAB II KAWASAN TEKSTIL CIGONDEWAH DAN OPINI MASYARAKAT	
II.1. Pasar	4
II.1.1. Definisi Pasar.....	4
II.1.2. Jenis-jenis Pasar.....	4
II.1.3. Definisi Pasar Tradisional dan Pasar Modern	5
II.1.4. Jenis dan Ciri Utama Pasar.....	7
II.1.5. Fungsi Pasar.....	8
II.2. Profil Kawasan Tekstil Cigondewah	8
II.2.1. Sejarah Kawasan Tekstil Cigondewah	9
II.3. Analisis Kawasan Tekstil Cigondewah	12

II.3.1. Kuisisioner	12
II.3.2. Hasil Wawancara.....	14
II.4. Resume	15
II.5. Solusi Perancangan.....	17

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Khalayak Sasaran	18
III.1.2. <i>Consumer Journey</i>	19
III.1.3. <i>Consumer Insight</i>	19
III.2. Strategi Perancangan.....	20
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	20
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	20
III.2.3. <i>Mandatory</i>	21
III.2.4. Materi Pesan.....	21
III.2.5. Gaya Bahasa.....	22
III.2.6. Strategi Kreatif.....	22
III.2.7. Strategi Media	22
III.2.7.1. Media Utama.....	22
III.2.7.2. Media Pendukung.....	23
III.3. Konsep Visual	24
III.3.1. Format Desain	25
III.3.2. Layout	27
III.3.3. Tipografi	27
III.3.4. Ilustrasi	28
III.3.5. Warna	31
III.3.6. Studi Referensi	33

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1. Media Utama.....	36
IV.1.1. Pra Produksi Media.....	36
IV.1.2. Produksi Media	38
IV.2. Media Pendukung	47

DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	55