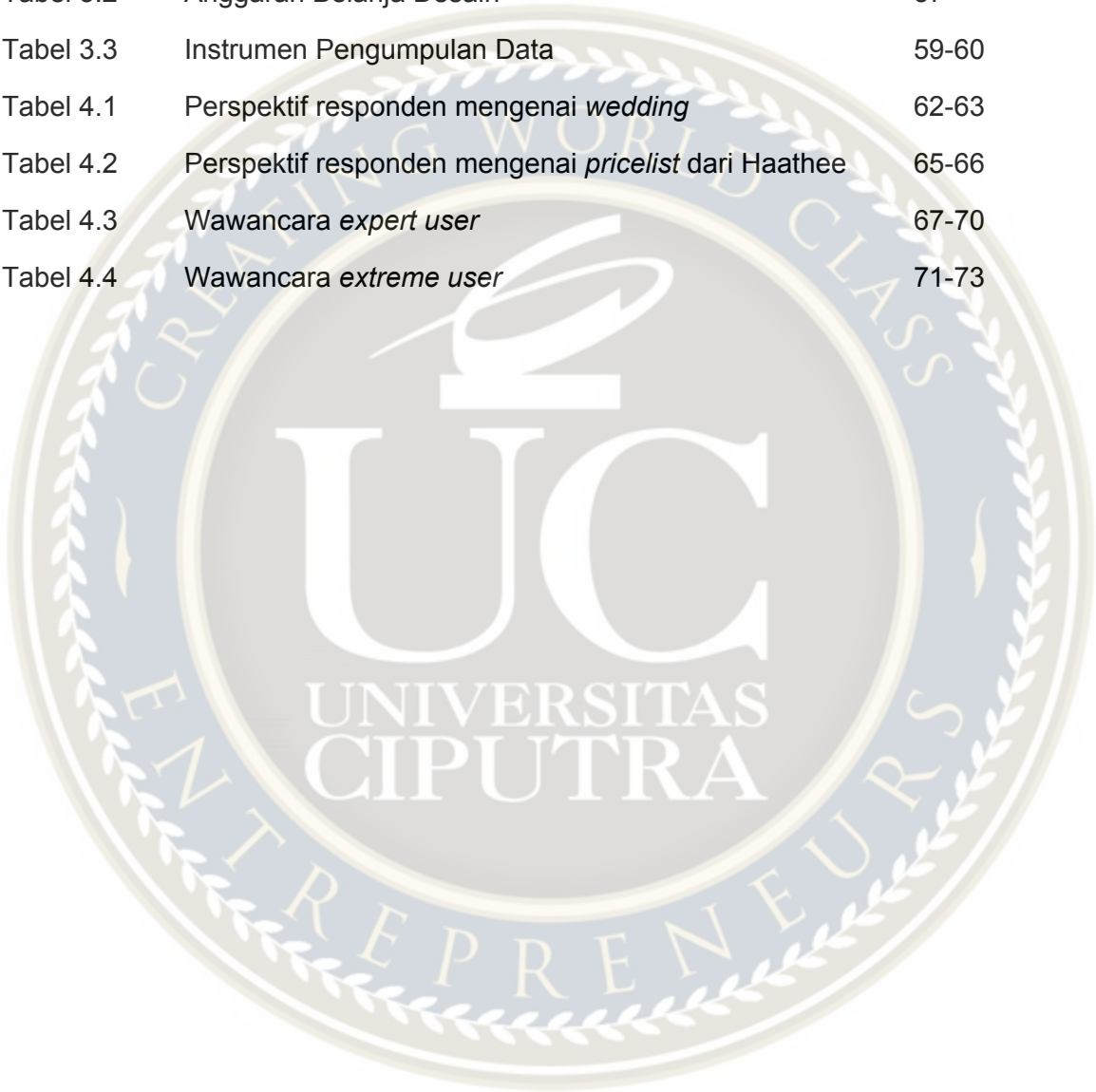


DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
Bab I Pendahuluan	16
1.1. Latar Belakang Masalah	16
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Tujuan Pengembangan Proyek (Tujuan Perancangan)	17
1.4. Spesifikasi Produk yang Diharapkan	17
1.5. Pentingnya Pengembangan (Manfaat perancangan)	18
1.6. Asumsi dan Keterbatasan Pengembangan (Batasan Perancangan)	18
1.7. Definisi Istilah	19
1.8. Sistematika Penulisan (Metode Perancangan)	19
Bab II Kajian Pustaka	21
Bab III Metode Pengembangan	22
3.1. Model Pengembangan	22
3.2. Prosedur Pengembangan (Solusi Komunikasi Visual)	22
3.2.1 Konsep Gaya Desain.	22
3.2.2 Konsep Pemilihan Media.	23
3.2.3 Program Media	23
3.2.4. Anggaran Belanja Desain	22
3.3. Uji Coba Produk (prototype)	22
3.3.1. Desain Uji Coba (alternatif solusi desain)	23
3.3.2. Subjek Coba (responden/ expert user & extreme user)	23
3.3.3. Jenis Data (metode penggalan data)	23
3.3.4. Instrumen Pengumpulan Data (Metode penggalan data Primer & Sekunder)	23
Bab IV Hasil Pengembangan	25
4.1. Penyajian Data Uji Coba (Hasil Penggalan data kuantitatif & kualitatif)	25
4.2. Analisis Data (kesimpulan hasil analisa penggalan data)	25
4.3. Revisi Produk (Final Design)	25
Bab V Penutup	26
5.1. Kajian Produk yang Telah Direvisi (hasil eksekusi desain)	26
5.2. Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut	26
Daftar pustaka	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Metode Perancangan	24
Tabel 3.1	Pemilihan Media	50
Tabel 3.2	Anggaran Belanja Desain	57
Tabel 3.3	Instrumen Pengumpulan Data	59-60
Tabel 4.1	Perspektif responden mengenai <i>wedding</i>	62-63
Tabel 4.2	Perspektif responden mengenai <i>pricelist</i> dari Haathee	65-66
Tabel 4.3	Wawancara <i>expert user</i>	67-70
Tabel 4.4	Wawancara <i>extreme user</i>	71-73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Hasil riset antusiasme pasangan dalam mempersiapkan <i>wedding</i>	15
Gambar 1.2	Hasil riset hal yang mempengaruhi pemilihan vendor <i>wedding</i>	15
Gambar 1.3	Hasil riset hal yang mempengaruhi pasangan dalam <i>spending their budget</i>	15
Gambar 3.1	<i>Moodboard</i> gaya desain <i>simplicity</i>	34
Gambar 3.2	<i>Moodboard</i> gaya desain <i>grunge style</i>	34
Gambar 3.3	<i>Moodboard</i> penerapan gaya <i>simplicity</i> dan <i>grunge style</i> pada <i>exhibition</i>	35
Gambar 3.4	<i>Moodboard</i> penerapan gaya <i>simplicity</i> dan <i>grunge style</i> pada media video	35
Gambar 3.5	<i>Moodboard</i> penerapan gaya <i>simplicity</i> pada foto	35
Gambar 3.6	Konsep penerapan gaya desain <i>grunge style</i> dan <i>simplicity</i>	35
Gambar 3.7	<i>Moodboard</i> elemen desain	36
Gambar 3.8	<i>Moodboard photography style</i>	38
Gambar 3.9	Palatino <i>typeface families</i>	39
Gambar 3.10	Avenir <i>typeface families</i>	39
Gambar 3.11	<i>Moodboard Layout style</i>	40
Gambar 3.12	<i>Moodboard Color Palette</i>	41
Gambar 3.13	<i>Tight tissue Instagram post exhibition announcement</i>	51
Gambar 3.14	<i>Tight tissue Instagram story exhibition announcement</i>	51
Gambar 3.15	<i>Exhibition Venue Design</i>	52
Gambar 3.16	<i>Preview The Bridestory platform</i>	52
Gambar 3.17	<i>Tight tissue Layout Magazine</i>	52
Gambar 3.18	<i>Tight tissue Greetings Card</i>	53
Gambar 3.19	<i>Tight tissue wording direct marketing</i>	53
Gambar 3.20	<i>Tight tissue Private party Invitation</i>	53
Gambar 3.21	<i>Template wording for giveaway</i>	54
Gambar 3.22	<i>Packaging design application</i>	54
Gambar 3.23	<i>Tight tissue website interface</i>	54
Gambar 3.24	<i>Interface Preview for Youtube Channel</i>	55
Gambar 3.25	Media <i>application</i> untuk <i>time capsule photo and film prints</i>	55
Diagram 4.1	Perspektif responden mengenai <i>their wedding dream</i>	61
Diagram 4.2	Faktor responden dalam pemilihan vendor pernikahan	63
Diagram 4.3	<i>Review</i> responden terhadap hasil karya brand Haathee	64
Diagram 4.4	Pendapat responden mengenai pemilihan nama brand	66
Gambar 4.3.1	Media <i>application</i> untuk invitation	75
Gambar 4.3.2	Revisi desain Instagram <i>post</i>	75

Gambar 4.3.3	Revisi desain Instagram <i>story</i>	76
Gambar 4.3.4	Revisi <i>website design</i>	76
Gambar 4.3.5	Revisi <i>magazine layout</i>	77
Gambar 5.1.1	<i>Final design Instagram post, story, wording</i>	79-80
Gambar 5.1.2	<i>Exhibition execution at Omah Jaman Now</i>	80-81
Gambar 5.1.3	<i>Exhibition execution at Atrium Ciputra World Mall Surabaya</i>	81
Gambar 5.1.4	<i>Final Design for wedding platform</i>	82
Gambar 5.1.5	<i>Final Design for An Intimate Pilgrimage Magazine</i>	82-84
Gambar 5.1.6	<i>Magazine print</i>	84
Gambar 5.1.7	<i>Final Design Greetings card Bali series</i>	85-86
Gambar 5.1.8	<i>Final Design Greetings card Japan series</i>	87-89
Gambar 5.1.9	<i>Greetings card print Japan and Bali series</i>	89
Gambar 5.1.10	<i>Final wording for Instagram post and giveaway announcement</i>	90
Gambar 5.1.11	<i>Final Design Invitation</i>	91
Gambar 5.1.12	<i>Invitation card print with complimentary detail</i>	91
Gambar 5.1.13	<i>Final Design Instagram post, story, wording for giveaway</i>	92
Gambar 5.1.14	<i>Giveaway execution on Omah Jaman Now and Atrium Ciputra world Mall Surabaya</i>	93
Gambar 5.1.15	<i>Detail Packaging</i>	93
Gambar 5.1.16	<i>Final Design Website tampilan Introduction</i>	94
Gambar 5.1.17	<i>Final Design Website tampilan Galleries</i>	94
Gambar 5.1.18	<i>Final Design Website tampilan Writings</i>	95
Gambar 5.1.19	<i>Final Design Website tampilan Home</i>	95
Gambar 5.1.20	<i>Final Design Youtube channel</i>	96
Gambar 5.1.21	<i>Time Capsule print</i>	96

DAFTAR LAMPIRAN

