

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.3.1 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis	6
1.6 Kerangka Penelitian.....	8
1.7 Pembabakan.....	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Media Informasi	10
2.2 Zine.....	11
2.3 Teori Desain Komunikasi Visual	13
2.3.1 Elemen Visual	14
2.4 Tata Letak (Layout)	15
2.5 Tipografi	16
2.4 Ilustrasi	18
2.6 Fotografi (<i>Photography</i>).....	19
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	21

3.1	Data Pemberi Proyek	21
3.1.1	Foodbank of Indonesia	21
3.1.1.1	Visi.....	22
3.1.1.2	Misi.....	22
3.1.1.3	Tugas Pokok dan Fungsi Foodbank of Indonesia.....	22
3.1.1.4	Struktur Organisasi Foodbank of Indonesia	24
3.1.2	Foodbank Bandung.....	24
3.1.2.1	Visi.....	25
3.1.2.2	Misi.....	25
3.1.2.3	Tugas Pokok dan Fungsi Food Bank Bandung.....	25
3.1.2.4	Struktur Organisasi Food Bank Bandung.....	26
3.2	Data Khalayak Target Audiens	27
3.3	Data Hasil Observasi	27
3.4	Data Hasil Wawancara.....	29
3.4.1	Foodbank of Indonesia	29
3.4.2	Penggiat Zine - Fionny Mellisa	30
3.4.3	Relawan Foodbank of Indonesia	31
3.4.4	Food Bank Bandung	33
3.5	Data Hasil Kuesioner.....	35
3.6	Data Media Sejenis.....	42
3.7	Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.7.1.1	Analisis Hasil Observasi Lapangan.....	44
3.7.1.2	Analisis Hasil Wawancara	45
3.7.1.3	Analisis Hasil Kuesioner	45
3.7.2	Analisis Matriks Perbandingan.....	46
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		49
4.1	Konsep Pesan.....	49
4.2	Konsep Media.....	49
4.2.1	Media Utama	49
4.2.2	Media Pendukung	50
4.3	Konsep Kreatif.....	54

4.4	Konsep Visual.....	54
4.4.1	Konsep Warna.....	54
4.4.2	Konsep Layout.....	55
4.4.3	Konsep Tipografi.....	55
4.4.4	Konsep Fotografi.....	55
4.4.5	Konsep Ilustrasi.....	56
4.4.6	Konsep Finishing.....	56
4.5	Konsep Komunikasi Pemasaran (AISAS).....	56
4.6	Konsep Bisnis.....	58
4.7	Hasil Perancangan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....		69