

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.7 Kerangka Perancangan .....	7
1.8 Pembabakan .....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Media Informasi .....	9
2.2 Zine .....	9
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	11
2.3.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual .....	11
2.4 Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	15
2.5 Layout.....	18
2.6 Tipografi.....	19
2.7 Fotografi.....	20
2.8 Ilustrasi.....	21
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	23
3.1 Data Pemberi Proyek .....	23
3.2 Data Obyek.....	24

3.2.1 <i>Dark Art</i> .....	24
3.2.2 <i>Dark Clothing Brand</i> .....	24
3.2.3 Perkembangan Dark Clothing Brand di Bandung .....	24
3.2.4 Data Type Dark Clothing Brand di Bandung .....	26
3.3 Data Khalayak Sasaran .....	30
3.4 Data Proyek Sejenis.....	32
3.5 Data Wawancara .....	34
3.5.1 Wawancara Pakar Dark Clothing Brand .....	34
3.5.2 Wawancara User .....	36
3.6 Data Kuesioner .....	37
3.7 Hasil Analisa Data .....	42
3.7.1 Analisa Hasil Wawancara .....	42
3.7.2 Analisa Hasil Wawancara user.....	42
3.7.3 Analisa Hasil Kuesioner .....	43
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN</b> .....	<b>48</b>
4.1 Konsep Pesan .....	48
4.2 Konsep Kreatif .....	48
4.3 Konsep Komunikasi .....	49
4.4 Konsep Media .....	49
4.4.1 Media Utama .....	49
4.4.2 Media Pendukung.....	50
4.5 Konsep Visual.....	51
4.6 Konsep Bisnis.....	60
4.7 Sketsa Perancangan .....	60
4.8 Hasil Perancangan .....	62
4.8.1 Media Utama .....	62
4.8.2 Konten zine.....	62
4.8.3 Media Pendukung.....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>70</b>