

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1. LATAR BELAKANG	1
1.1. IDENTIFIKASI MASALAH	3
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3. RUANG LINGKUP	4
1.4. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	5
1.5. METODOLOGI PENELITIAN.....	5
1.6. KERANGKA PENELITIAN.....	8
1.7. PEMBABAKAN.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
2. STUDI PUSTAKA	10
2.1. TEORI MEDIA INFORMASI.....	10
2.1.1 Definisi Media Informasi	10
2.1.2 Karakteristik Media Informasi	10
2.1.3 Jenis Media Informasi	11
2.2. TEORI MEDIA INFORMASI CETAK	11
2.2.1 Definisi Media Informasi Cetak.....	11
2.2.2 Karakteristik Media Informasi Cetak.....	12
2.2.3 Jenis Media Informasi Cetak	13
2.3. TEORI MEDIA ZINE.....	14
2.3.1 Definisi Media Zines.....	14
2.3.2 Kategori Zines.....	15

2.4. TEORI PERANCANGAN.....	20
2.4.1 Teori Desain Komunikasi Visual.....	20
2.4.2 Elemen Visual.....	20
2.4.3 Prinsip Desain.....	22
2.4.4 Teori Layout.....	24
2.4.5 Teori Warna.....	28
2.4.6 Teori Tipografi.....	30
2.4.7 Teori Produksi Grafika.....	32
2.4.8 Teori Ilustrasi.....	34
2.4.9 Teori Fotografi.....	37
BAB III METODE DAN DATA	39
3. METODE & DATA	39
3.1. DATA PEMBERI PROYEK	39
3.1.1 Profil Female Daily Network.....	39
3.1.2 Visi & Misi	40
3.1.3 Ruang Lingkup Divisi Content.....	41
3.2. DATA PENELITIAN	41
3.2.1 Konsumerisme	41
3.2.2 Kosmetik.....	43
3.2.3 Fast Beauty.....	44
3.3. DATA MEDIA SEJENIS	45
3.3.1 Zine On Beauty	45
3.3.2 A-List Beauty Zine	46
3.3.3 Zine Tahu Diri.....	47
3.4. DATA KHALAYAK.....	48
3.4.1 Demografis.....	48
3.4.2 Geografis.....	48
3.4.3 Psikografis.....	48
3.5. DATA OBSERVASI	49
3.5.1 Observasi Pasar Kecantikan.....	49
3.5.2 Observasi Kunjungan Sociolla.....	51
3.5.3 Observasi Kunjungan Guardian.....	53

3.5.4 Observasi Kunjungan Oh!Some	54
3.5.5 Observasi Media Sosial.....	56
3.6. DATA WAWANCARA	58
3.6.1 Wawancara dengan Beauty Editor Female Daily	58
3.6.2 Wawancara dengan Pengamat Isu Gender.....	61
3.6.3 Wawancara dengan Zinester	64
3.6.4 Wawancara dengan Pengguna	66
3.7. DATA KUESIONER.....	73
3.8. ANALISIS HASIL.....	92
3.8.1 Analisis Hasil Observasi	92
3.8.2 Analisis Hasil wawancara	93
3.8.3 Analisis Hasil Kuesioner.....	95
3.8.4 Analisis Matriks Perbandingan	97
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	99
4. KONSEP DAN HASIL.....	99
4.1. KONSEP PESAN	99
4.2. KONSEP KREATIF	100
4.3. KONSEP MEDIA	100
4.3.1 Media Utama.....	100
4.3.2 Media Pendukung	100
4.4. KONSEP VISUAL	101
4.4.1 Warna.....	102
4.4.2 Tipografi	102
4.4.3 Ilustrasi.....	103
4.4.4 Fotografi.....	103
4.5. KONSEP KOMUNIKASI	104
4.6. BIAYA PRODUKSI.....	105
4.7. HASIL PERANCANGAN.....	107
4.7.1 Outline Perancangan	107
4.7.2 Tahap Awal Perancangan	112
4.7.3 Media Utama.....	115
4.7.4 Media Pendukung	120

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	122
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
5.1. KESIMPULAN.....	122
5.2. SARAN.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	124