

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan.....	5
1.5 Manfaat.....	5
1.6 Pelaksanaan	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Desain.....	9
2.2 Redesain	10
2.3 Semiotika.....	11
2.3.1 Sign.....	13
2.3.2 Kode	14
2.3.3 Simbol	18
2.3.4 Warna	20

2.4 Media Sebagai Penyampai Pesan atau Informasi	31
2.5 Sign System	32
2.6 Optimalisasi	33
2.7 Taman Safari	33
BAB III METODE PERANCANGAN.....	36
3.1 Metodologi	36
3.2 Bagan Perancangan	37
3.3 Observasi	37
3.4 Wawancara	37
3.5 Proses Pengumpulan Data	37
3.6 Penentuan Konsep Desain	38
3.7 Proses Desain	39
3.7.1 Penentuan Software.....	40
3.7.2 Sketsa Awal.....	40
3.7.3 Warna	40
3.7.4 Alternatif dan Refine Sketch	41
3.8 Finishing.....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	42
4.1 Latar Belakang Perusahaan	42
4.2 Sejarah PT. Taman Safari Indonesia II	44
4.3 Visi dan Misi PT. Taman Safari Indonesia II.....	44
4.4 Struktur Organisasi.....	46
4.5 Departemen Sales & Marketing	46
4.6 Gambaran Pekerjaan Marketing Communication	47

BAB V IMPLEMENTASI KARYA.....	48
BAB VI Penutup	61
6.1 Kesimpulan.....	61
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64