

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Asumsi Dasar.....	7
1.6 Tujuan.....	8
1.7 Manfaat.....	9

1.7.1 Manfaat Bagi Institusi	9
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan	9
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat.....	10
1.8 Metode Perancangan.....	10
1.8.1 Metode Pengumpulan Data.....	10
1.8.1.1 Data Lapangan.....	11
1.8.1.2 Data Kajian Litelatur	12
1.8.1.3 Data Karya Kajian Komunikasi Visual Acuan	14
1.8.2 Metode Analisa Data	16
1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif.....	16
1.8.2.2 Analisa SWOT.....	17
1.8.2.3 Sintesis.....	19
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan.....	20
1.9.1 Tempat dan Tahun Produksi	20
1.10 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	24
2.1 Tinjauan Pustaka	24
2.1.1 Komunikasi.....	24
2.1.2 Komunikasi Massa	26
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	27

2.1.2.2 Ciri – ciri Komunikasi Massa	28
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	30
2.1.3 Perusahaan	32
2.1.4 Pemasaran	33
2.1.5 Promosi	34
2.1.6 Periklanan	36
2.1.7 Media.....	37
2.1.8 Visual.....	38
2.1.9 Identitas Visual	40
2.1.10 Copy Writing.....	41
2.1.10.1 Head line.....	41
2.1.10.2 Sub Head line.....	43
2.1.10.3 Body Copy.....	44
2.1.11 Prinsip Desain	45
2.1.11.1 Irama.....	45
2.1.11.2 Kesederhanaan.....	47
2.1.11.3 Keseimbangan	47
2.1.11.4 Pusat Perhatian.....	49
2.1.11.5 Kesatuan.....	50
2.1.12 Gaya Desain.....	51

2.1.13 Unsur Desain.....	72
2.1.13.1 Garis	72
2.1.13.2 Bidang.....	75
2.1.13.3 Bentuk.....	77
2.1.13.4 Warna	80
2.1.13.5 Ruang	92
2.1.13.6 GelapTerang	93
2.1.13.7 Tekstur	94
2.1.13.8 Komposisi.....	96
2.1.13.9 Tipografi	105
2.1.13.10 Layout	112
2.1.13.11 Gambar/ Ilustrasi.....	113
2.2 Identifikasi Data Perusahaan	116
2.2.1 Data Perusahaan.....	116
2.2.1.1 Nama Perusahaan	116
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan	117
2.2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	117
2.2.1.4 Pemilik Saham	118
2.2.1.5 Departemen Perusahaan	118
2.2.1.6 Reputasi.....	118

2.2.1.7 Produk Perusahaan	119
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan	120
2.2.2 Data Produk	122
2.2.2.1 Merek Produk.....	122
2.2.2.2 Jenis Produk	122
2.2.2.3 Bentuk Produk.....	122
2.2.2.4 Spesifikasi Produk.....	123
2.2.2.5 Keunggulan Produk.....	123
2.2.2.6 Harga Produk.....	125
2.2.2.7 Segmentasi Pasar	126
2.2.2.8 Positioning Produk	127
2.2.2.9 Target Audience	127
2.2.2.10 Foto Produk.....	128
2.2.3 Data Pemasaran.....	129
2.2.3.1 Wilayah Pemasaran	129
2.2.3.2 Peluang Pemasaran.....	129
2.2.3.3 Strategi Pemasaran	130
2.2.4 Data Sarana Visual yang Ada	130
2.2.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal	131
2.2.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal	131

2.3 Data Perusahaan Kompetitor	131
2.3.1 Gambaran Institusi	132
2.3.1.1 Nama Perusahaan Kompetitor	132
2.3.1.2 Filosofi Perusahaan Kompetitor	132
2.3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Kompetitor	133
2.3.1.4 Pemilik Saham Kompetitor	134
2.3.1.5 Departemen Perusahaan Kompetitor	134
2.3.1.6 Reputasi Perusahaan Kompetitor	135
2.3.1.7 Produk Perusahaan Kompetitor	136
2.3.1.8 Lokasi Perusahaan Kompetitor	137
2.3.2 Data Produk Kompetitor	138
2.3.2.1 Merek Produk	138
2.3.2.2 Jenis Produk	138
2.3.2.3 Bentuk Produk	138
2.3.2.4 Spesifikasi Produk	138
2.3.2.5 Keunggulan Produk	139
2.3.2.6 Harga Produk Produk	140
2.3.2.7 Segmentasi Pasar	140
2.3.2.8 Positioning Produk	141
2.3.2.9 Target Audience	142

2.3.2.10 Foto Produk.....	142
2.3.3 Data Pemasaran.....	143
2.3.3.1 Wilayah Pemasaran	143
2.3.3.2 Peluang Pemasaran.....	143
2.3.3.3 Strategi Pemasaran	143
2.3.4 Data Sarana yang Ada	144
2.3.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal	144
2.3.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal	145
2.4 Data Pendukung	145
2.4.1 Tabulasi Data Survey	145
2.4.2 Tabulasi Data Wawancara	146
2.4.3 Tabulasi Data KaryaAcuan.....	146
2.5 Analisa Data.....	146
2.5.1 Analisa Data SWOT	147
2.5.2 Analisa USP	148
2.5.3 Positioning.....	149
2.6 Segmentasi Pasar.....	149
2.7 Asumsi Dasar.....	150
2.8 Sintesis.....	150

BAB III KONSEP PENCIPTAAN.....	151
3.1 Konsep Pemasaran.....	151
3.1.1 Tujuan Pemasaran	151
3.1.2 Strategi Pemasaran.....	152
3.1.3 Tujuan Promosi	153
3.1.4 Strategi Promosi.....	153
3.1.5 Tujuan Periklanan.....	154
3.1.6 Strategi Periklanan	154
3.2 Konsep Media	155
3.2.1 Tujuan Media.....	156
3.2.2 Strategi Media	157
3.2.3 Pemilihan Media.....	158
3.2.3.1 Media Above The Line	158
3.2.3.2 Media Below The Line.....	158
3.2.3.3 Visual Merchandising	159
3.2.4 Program Media.....	160
3.2.4.1 Exhibition Display.....	160
3.2.4.2 Rack Display	162
3.2.4.3 Spanduk.....	163
3.2.4.4 Umbul-Umbul	164

3.2.4.5 Billboard	166
3.2.4.6 X-Banner	167
3.2.4.7 Poster	168
3.2.4.8 Hanging Mobile	169
3.2.4.9 Brosur	171
3.2.4.10 Iklan Koran	172
3.2.4.11 Iklan Majalah	173
3.2.4.12 Iklan Audio Visual	175
3.2.4.13 Folder Map	176
3.2.4.14 Amplop dan Kop Surat	177
3.2.4.15 Buku Catatan kecil	178
3.2.4.16 Kartu Nama	179
3.2.4.17 Kartu Identitas Karyawan	180
3.2.4.18 Kemeja Karyawan	181
3.2.4.19 Kaos	182
3.2.4.20 Shopping Bag	183
3.2.4.21 Packaging	184
3.2.4.22 Kalender	185
3.2.4.23 Gantungan Kunci	186
3.2.4.24 Pulpen	187

3.2.4.25 Mug.....	187
3.2.4.26 Pin.....	188
3.2.4.27 Stiker.....	189
3.2.4.28 Mobil Operasional.....	190
3.2.4.29 Celemek.....	191
3.2.4.30 Website.....	191
3.2.4.31 Topi.....	192
3.2.5 Biaya Media.....	193
3.3 Konsep Kreatif.....	197
3.3.1 Tujuan Kreatif.....	197
3.3.2 Strategi Kreatif.....	198
3.3.2.1 Target Audience.....	198
3.3.2.2 Isi Pesan.....	199
3.3.2.3 Estetis Filosofis.....	199
3.3.2.4 Pemakaian Gaya Desain.....	200
3.3.2.5 Bentuk Pesan.....	200
3.3.2.5.1 Pesan Verbal.....	200
3.3.2.5.2 Pesan Non-Verbal.....	203
3.3.3 Program Kreatif.....	214
3.3.4 Biaya Kreatif.....	215

BAB IV APLIKASI DESAIN	217
4.1 Kajian Komunikasi.....	217
4.1.1 Komunikator	217
4.1.2 Pesan	217
4.1.3 Media.....	218
4.1.4 Komunikasikan	218
4.1.5 Efek	219
4.1.6 Umpan Balik	219
4.2 Kajian Desain.....	219
4.2.1 Tahap Persiapan	219
4.2.1.1 Sketsa Terpilih Desain Manual.....	221
4.2.2 Tahap Produksi	236
4.2.2.1 Tahap Produksi Desain Digital.....	236
4.2.3 Tahap Percetakan	306
BAB V PENUTUP.....	307
5.1 Kesimpulan	307
5.2 Saran	309
DAFTAR PUSTAKA.....	313
LAMPIRAN.....	315