

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Penegasan Makna Judul	3
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Tujuan Kerja Praktik	5
1.6. Manfaat.....	6
1.6.1. Manfaat Bagi Institusi.....	6
1.6.2. Manfaat Bagi Perusahaan.....	6
1.6.3. Manfaat bagi Masyarakat	7
1.7. Waktu dan Tempat	7
1.7.1. Waktu	7
1.7.2. Tempat.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 TinjauanPustaka	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Komunikasi Massa	10
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	10

2.1.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	11
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	12
2.1.3 Pemasaran	13
2.1.4 Promosi	13
2.1.5 Periklanan	14
2.1.6 Media.....	15
2.1.7 Visual.....	15
2.1.8 Perusahaan	16
2.1.9 Copywriting	17
2.1.13.1 Headline	18
2.1.13.1 Sub Head Line	19
2.1.13.3 Tagline.....	20
2.1.13.3 Body Copy.....	21
2.1.13.3 Art Directing.....	21
2.1.10 Garis	22
2.1.11 Bidang.....	23
2.1.12 Bentuk.....	23
2.1.13 Warna	24
2.1.14 Ruang.....	25
2.1.15 Gelap Terang.....	26
2.1.16 Koposisi	27
2.1.17 Tipografi	28
2.1.18 Ilustrasi	29
2.1.19 Aliran Gaya Desain	30
2.1.20 Flat Desain	31
2.1.21 Mamphis	32
2.1.22 Advertising.....	32
2.1.23 Media sosial	33
2.1.24 Layout.....	34
2.1.25 Teori yang menyesuaikan dengan judul yang di angkat	35

2.1.26 Teori Feed Instagram.....	35
2.1.27 Kopetisi.....	35
2.1.28 HappyGirl	35
BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	36
3.1 Data Perusahaan	36
3.1.1 Nama Perusahaan	36
3.1.2 Pemilik	37
3.1.3 Visi dan Misi	37
3.1.3.1 Visi	37
3.1.3.2 Misi.....	37
3.1.4 Logo Perusahaan.....	37
3.1.5 Semboyan Perusahaan.....	38
3.1.6 Sumber Daya Manusia	38
3.1.7 Produk	39
3.1.7.1 SpesifikProduk.....	41
3.1.8 Taget Audience.....	41
3.1.9 Segmentasi Pasar	41
3.1.10 Positioning.....	41
3.1.11 Jakaun Wilayan.....	42
3.1.12 Sarana dan Prasarana	42
3.1.13 Lokasi Kerja	43
3.2 Posisikerja	44
3.2.1 Kerja Pada Bagian	44
3.2.2 Tanggung jawab Pekerjaan	44
3.2.3 Foto Kegiatan	45
3.2.4 Timeline.....	48
BAB IV PEMBAHASAN.....	49
4.1 Kajian Komunikasi	49
4.1.1 Kajian Komunikator.....	49

4.1.2	Pesan	50
4.1.3	Media	50
4.1.4	Komunikasikan	50
4.1.5	Efek	50
4.1.6	Umpan Balik	51
4.2	Kajian Desain	51
4.2.1	Tahap Persiapan	51
4.2.1.1	Desain Digital Komprehensif	52
4.2.1.2	Desain Terpilih	53
4.3	Tahap Produksi	53
4.4	Tahap Produksi <i>Final Artwork</i>	53
4.5	Copy Writing	54
4.6	Art Directing	56
4.7	Gaya Desain	61
4.8	Layout	63
4.9	Finishing	63
4.10	Beberapa Karya KP Lainnya	63
BAB V	PENUTUP	66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	68
5.2.1	Bagi Lembaga Pendidikan	68
5.2.2	Bagi Mahasiswa	68
5.2.3	Bagi Perusahaan	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Map lokasi kerja praktik	8
Gambar 2.1 Foto Lokasi Kantor.....	8
Gambar 2.2 Contoh <i>Headline</i>	19
Gambar 2.3 Contoh Peletakkan <i>Subheadline</i>	20
Gambar 2.4 Contoh <i>Tagline</i>	21
Gambar 2.5 Berbagai jenis Garis.....	23
Gambar 2.6 Berbagai jenis Bentuk.....	24
Gambar 2.7 Teori Warna.....	25
Gambar 2.8 Contoh ruang	26
Gambar 2.9 Contoh Penggunaan Gelap Terang	27
Gambar 2.10 Contoh Komposisi	28
Gambar 2.11 Contoh Ilustrasi.....	30
Gambar 2.12 Gaya desain	31
Gambar 2.13 Flat Desain.....	31
Gambar 2.14 Mamphis.....	32
Gambar 3.1 Media sosial	33
Gambar 3.2 Macam-macam Layout	34
Gambar 3.2 Logo Perusahaan.....	38
Gambar 3.3 Sumber Daya Manusia.....	38
Gambar 3.4 Produk/Jasa.....	39
Gambar 3.5 Lokasi Perusahaan	43
Gambar 3.6 Posisi Kerja Penulis	44
Gambar 3.7 Foto bersama Kegiatan	45

Gambar 3.8 Timeline	48
Gambar 3.9 Desain Digital Komprehensif.....	52
Gambar 3.10 Desain Terpilih	53
Gambar 3.10 Tahap Produksi Final Artwork.....	54
Gambar 3.11 Copywriting.....	54
Gambar 3.12 Headline	55
Gambar 4.1 Subheadline	56
Gambar 4.2 Bodycopy	56
Gambar 4.4 Garis Gelombang.....	57
Gambar 4.5 Bentuk.....	57
Gambar 4.6 Warna.....	58
Gambar 4.7 Ruang	59
Gambar 4.8 Komposisi	59
Gambar 4.9 Tifografi	60
Gambar 4.10 Ilustrasi.....	60
Gambar 4.11 Gaya Desain Flat Design.....	61
Gambar 4.12 Gaya Desain Mamphis	62
Gambar 4.12 Layout	62
Gambar 4.12 Beberapa Karya KP Lainnya.....	63

