

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
LEMBAR KEASLIAN	iv
RIWAYAT HIDUP PENULIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Makna Judul	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan	4
1.6 Manfaat	5
1.6.1 Manfaat Bagi Institusi	5
1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan	5
1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat	5
1.7 Waktu dan Tempat	6
1.7.1 Waktu	6
1.7.2 Tempat	6
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Komunikasi	7
2.1.2 Komunikasi Massa	8
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	8
2.1.2.2 Ciri – Ciri Komunikasi Massa	9
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	10
2.1.3 Pemasaran	10
2.1.4 Promosi	10
2.1.5 Periklanan	11
2.1.6 Media	11

2.1.7 Visual	11
2.1.8 Perusahaan	11
2.1.9 Instagram.....	12
2.1.9.1 Pengertian Instagram Stories	12
2.1.10 <i>Copywriting</i>	12
2.1.10.1 <i>Headline</i>	13
2.1.10.2 <i>Sub Headline</i>	13
2.1.10.3 <i>Tagline</i>	14
2.1.10.4 <i>Body copy</i>	14
2.1.11 <i>Art Directing</i>	15
2.1.11.1 Garis.....	15
2.1.11.2 Bidang.....	15
2.1.11.3 Bentuk.....	16
2.1.11.4 Warna.....	16
2.1.11.5 Ruang.....	17
2.1.11.6 Gelap Terang	17
2.1.11.7 Tekstur	18
2.1.11.8 Komposisi.....	18
2.1.11.9 Tipografi	19
2.1.11.10 Ilustrasi atau Gambar.....	19
2.1.12 Prinsip Desain	20
2.1.12.1 Keseimbangan	20
2.1.12.2 Kesatuan	20
2.1.12.3 Penekanan.....	21
2.1.12.4 Irama.....	21
2.1.12.5 Proporsi.....	22
2.1.13 Aliran Gaya Desain.....	22
2.1.13.1 <i>Swiss or International Design Style</i>	23
2.1.13.2 <i>Post-modern Design Style</i>	24
2.1.13.3 <i>Flat Design Style</i>	25
2.1.14 Teori.....	25
2.1.14.1 Teori Layout	26
2.1.14.2 <i>Grid System</i>	27
BAB III: PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	28
3.1 Data Perusahaan.....	28
3.1.1 Logo Perusahaan.....	28
3.1.2 Kepemilikan.....	29
3.1.3 Visi dan Misi.....	29

3.1.4 Struktur Organisasi	30
3.1.5 Produk	30
3.1.6 Target Audience	32
3.1.7 Segmentasi Pasar	32
3.1.8 Positioning	32
3.1.9 Jangkauan Wilayah Pemasaran	32
3.1.10 Sarana dan Prasarana	33
3.1.11 Lokasi	33
3.2 Posisi Kerja	34
3.2.1 Departemen	34
3.2.2 Bagian Kerja	34
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan	35
3.2.4 Foto Kegiatan	35
BAB IV: PEMBAHASAN	38
4.1 Kajian Komunikasi	38
4.1.1 Komunikator	39
4.1.2 Pesan	39
4.1.3 Media	39
4.1.4 Komunikan	40
4.1.5 Efek	40
4.1.6 Umpan Balik	40
4.2 Kajian Desain	41
4.2.1 Tahap Persiapan	41
4.2.2 Sinopsis Karya	42
4.2.3 Desain Sketsa Alternatif	42
4.2.4 Desain Digital Komprehensif	43
4.2.5 Desain Terpilih	44
4.3 Tahap Produksi	45
4.3.1 Tahap Produksi	45
4.3.1.1 Copywriting	45
4.3.1.2 Art Directing	50
4.3.1.3 Gaya Desain	58
4.3.1.4 Teori Desain	58
4.3.1.5 Prinsip Desain	59
4.4 Finishing	62
4.5 Karya Kerja Praktik Lainnya	63

BAB V: PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Untuk Lembaga Pendidikan.....	67
5.2.2 Saran Untuk Mahasiswa	67
5.2.3 Saran Untuk Perusahaan	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	
a. Lembar Konsultasi Bimbingan Kerja Praktik	
b. Lembar Penerimaan Kerja Praktik dari Perusahaan	
c. Lembar Penilaian Kerja Praktik dari Perusahaan	
d. Form Kegiatan selama Kerja Praktik	
e. Sertifikat Kerja Praktik	
f. Lembar Karya	