

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan.....	6
1.6 Manfaat.....	8
1.6.1 Manfaat Bagi Institusi .....	8
1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan .....	8
1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat .....	8
1.7 Waktu dan Tempat.....	9
1.7.1 Waktu .....	9
1.7.2 Tempat .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Iklan .....	11
2.1.1.1 Budaya populer dan hiburan, sebagai realitas sosial.....	11
2.1.2 Iklan Bagian Dunia Populer dalam Masyarakat Konsumen .....	12
2.1.2.1 Iklan Ideologi .....	12

2.1.2.2 Efektifitas Iklan .....	13
2.1.2.3 Ciri-Ciri Iklan .....	13
2.1.2.4 Fungsi dalam Iklan .....	16
2.1.2.5 Dampak Positif dan Negatif dalam Iklan .....	20
2.1.3 Pemasaran.....	20
2.1.4 Promosi.....	22
2.1.5 Periklanan.....	22
2.1.6 Media.....	22
2.1.7 Visual.....	23
2.1.8 Perusahaan.....	24
2.1.9 Media Sosial.....	24
2.1.10 <i>Copy Writing</i> .....	25
2.1.10.1 <i>Headline</i> .....	26
2.1.10.2 <i>Subheadline</i> .....	27
2.1.10.3 <i>Tagline</i> .....	27
2.1.10.4 <i>Body Copy</i> .....	28
2.1.11 <i>Art Directing</i> .....	28
2.1.11.1 <i>Garis</i> .....	29
2.1.11.2 <i>Bidang</i> .....	30
2.1.11.3 <i>Bentuk</i> .....	30
2.1.11.4 <i>Warna</i> .....	31
2.1.11.5 <i>Ruang</i> .....	32
2.1.11.6 <i>Gelap Terang</i> .....	33
2.1.11.7 <i>Tekstur</i> .....	33
2.1.11.8 <i>Komposisi</i> .....	33
2.1.11.9 <i>Tipografi</i> .....	34
2.1.11.10 <i>Ilustrasi</i> .....	35
2.1.12 <i>Aliran Gaya Desain</i> .....	36
2.1.12.1 <i>Gaya desain Art Deco (1910 – 1939)</i> .....	36
2.1.12.2 <i>Gaya desain Swiss School (1950 – 1970)</i> .....	37

2.1.13 <i>Advertising</i> .....	38
2.1.13.1 Media Sosial .....	38
2.1.14 <i>Layout</i> .....	39
2.1.14.1 <i>Grid System</i> .....	40
2.1.14.2 <i>The Symmetrical Grid</i> .....	40
<b>BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA</b> .....	<b>41</b>
3.1 Data Perusahaan .....	41
3.1.1 Nama Perusahaan.....	41
3.1.2 Pemilik.....	41
3.1.3 Visi dan Misi.....	41
3.1.4 Logo Perusahaan.....	42
3.1.5 Semboyan Perusahaan.....	43
3.1.6 Sumber Daya Manusia.....	43
3.1.7 Produk.....	44
3.1.7.1 Spesifikasi Produk .....	45
3.1.8 <i>Target Audience</i> .....	45
3.1.9 Segmentasi Pasar .....	45
3.1.10 <i>Positioning</i> .....	46
3.1.11 Jangkauan Wilayah Pemasaran.....	46
3.1.12 Sarana dan Prasarana.....	46
3.1.13 Lokasi.....	46
3.2 Posisi Kerja.....	47
3.2.1 Departemen .....	47
3.2.2 Bagian Pekerjaan.....	47
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan .....	48
3.2.4 Foto Kegiatan .....	48
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	<b>50</b>
4.1 Kajian Komunikasi.....	50
4.1.1 Komunikator.....	50
4.1.2 Pesan.....	50

4.1.3 Media.....	51
4.1.4 Komunikasi .....	51
4.1.5 Efek .....	51
4.1.6 Umpan Balik.....	51
4.2 Kajian Desain.....	52
4.2.1 Tahap Persiapan.....	52
4.2.2 Desain Sketsa Alternatif.....	53
4.2.3 Desain Digital Komprehensif.....	54
4.2.4 Desain Terpilih.....	54
4.3 Tahap Produksi.....	55
4.3.1 Tahap Produksi <i>Final Artwork</i> .....	56
a. <i>Copywriting</i> .....	56
b. <i>Art Directing</i> .....	58
c. Gaya Desain .....	63
d. Layout .....	64
4.4 Finishing.....	68
4.5 Beberapa Karya KP lainnya.....	69
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	72
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran .....	73
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	73
5.2.2 Bagi Lembaga Pendidikan .....	73
5.2.3 Bagi Mahasiswa.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LEMBAR BIMBINGAN KERJA PRAKTIK</b>	
<b>LEMBAR SURAT PENERIMAAN MAGANG PERUSAHAAN</b>	
<b>LEMBAR <i>TIMELINE</i> KERJA PRAKTIK</b>	
<b>LEMBAR PENILAIAN KERJA PRAKTIK PERUSAHAAN</b>	
<b>LEMBAR KARYA</b>	