

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan.....	6
1.6 Manfaat.....	7
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.....	8
1.7.1 Waktu	9
1.7.2 Tempat	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 Komunikasi Massa	13
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	13
2.1.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	14

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	17
2.1.3 Pemasaran.....	18
2.1.4 Promosi.....	19
2.1.4.1 Tujuan Promosi	19
2.1.5 Periklanan.....	20
2.1.6 Media.....	21
2.1.7 <i>Visual</i>	21
2.1.8 Perusahaan.....	22
2.1.9 Media Sosial (<i>Social Media</i>)	23
2.1.10 <i>Copywriting</i>	24
2.1.10.1 <i>Headline</i>	24
2.1.10.2 <i>Subheadline</i>	25
2.1.10.3 <i>Tagline</i>	25
2.1.10.4 <i>Body Copy</i>	26
2.1.11 <i>Art Directing</i>	26
2.1.11.1 <i>Garis</i>	26
2.1.11.2 <i>Bidang</i>	27
2.1.11.3 <i>Bentuk</i>	27
2.1.11.4 <i>Warna</i>	28
2.1.11.5 <i>Ruang</i>	30
2.1.11.6 <i>Gelap Terang</i>	30
2.1.11.7 <i>Tekstur</i>	30
2.1.11.8 <i>Komposisi</i>	31
2.1.11.9 <i>Tipografi</i>	31
2.1.11.10 <i>Ilustrasi</i>	33
2.1.12 <i>Prinsip Desain</i>	33
2.1.12.1 <i>Keseimbangan (Balance)</i>	34
2.1.12.2 <i>Penekanan (Emphasis)</i>	35
2.1.12.3 <i>Irama (Rhythm)</i>	35
2.1.12.4 <i>Kesatuan (Unity)</i>	36
2.1.12.5 <i>Proporsi(Proportion)</i>	37

2.1.13 Aliran Gaya Desain	37
2.1.13.1 Gaya Desain Art Deco (1918-1939).....	38
2.1.14 Advertising	39
2.1.14.1 Media Sosial	39
2.1.15 Layout.....	40
2.1.15.1 <i>Grid System</i>	41
2.1.15.2 <i>The Symmetrical Grid</i>	41
BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	42
3.1 Data Perusahaan	42
3.1.1 Nama Perusahaan.....	42
3.1.2 Pemilik	42
3.1.3 Visi dan Misi.....	43
3.1.3.1 Visi	43
3.1.3.2 Misi.....	43
3.1.4 Logo Perusahaan.....	44
3.1.5 Semboyan Perusahaan.....	45
3.1.6 Sumber Daya Manusia.....	45
3.1.7 Produk/Jasa	46
3.1.7.1 Spesifikasi Produk	48
3.1.8 Target Audience.....	49
3.1.9 Segmentasi Pasar	49
3.1.10 <i>Positioning</i>	50
3.1.11 Jangkauan Wilayah Pemasaran.....	50
3.1.12 Sarana dan Prasarana.....	50
3.1.13 Lokasi Perusahaan	51
3.2 Posisi Kerja.....	51
3.2.1 Departemen	52
3.2.2 Bagian Pekerjaan.....	52
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan	52
3.2.4 Foto Kegiatan	53
BAB IV PEMBAHASAN	55
4.1 Kajian Komunikasi.....	55

4.1.1 Komunikator.....	55
4.1.2 Pesan.....	55
4.1.3 Media.....	56
4.1.4 Komunikasikan.....	57
4.1.5 Efek.....	57
4.1.6 Umpan Balik.....	57
4.2 Kajian Desain.....	58
4.2.1 Tahap Persiapan.....	58
4.2.2 Desain Sketsa Alternatif.....	59
4.2.3 Desain Digital Komprehensif.....	59
4.2.4 Desain Terpilih.....	60
4.3 Tahap Produksi.....	61
4.3.1 Tahap Produksi <i>Final Artwork</i>	61
a. <i>Copywriting</i>	61
b. <i>Art Directing</i>	63
c. Prinsip Desain.....	71
d. Gaya Desain.....	71
d. Layout.....	72
4.4 Finishing Artwork.....	73
4.5 Beberapa Hasil Karya Lainnya.....	74
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	80
5.2.2 Bagi Lembaga Pendidikan.....	80
5.2.3 Bagi Mahasiswa.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LEMBAR BIMBINGAN KERJA PRAKTIK

LEMBAR SURAT PENERIMAAN MAGANG PERUSAHAAN

LEMBAR TIMELINE KERJA PRAKTIK

LEMBAR PENILAIAN KERJA PRAKTIK PERUSAHAAN

LEMBAR KARYA



gggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa U



gggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa U



gggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa U

