

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Tujuan.....	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	6
1.7 Waktu dan Tempat.....	7
1.7.1 Waktu	7
1.7.2 Tempat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	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	12

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.1.3 Perancangan.....	18
2.1.3.1 Fungsi Perancangan	19
2.1.3.2 Tujuan Perancangan.....	20
2.1.3.3 Metode Perancangan.....	20
2.1.4 Promosi.....	21
2.1.4.1 Tujuan Promosi	21
2.1.5 Periklanan.....	22
2.1.6 Media Cetak	23
2.1.6.1 Pengertian Media Cetak Menurut Para Ahli.....	24
2.1.6.2 Fungsi dan Tujuan Media Cetak	25
2.1.6.3 Kelebihan dan Kekurangan Media Cetak.....	26
2.1.6.4 Media Cetak Luar Ruangan	27
2.1.6.4 Jenis Media Cetak Luar Ruangan dan Pengertiannya	27
2.1.7 Media.....	30
2.1.8 Visual.....	30
2.1.9 <i>Art Directing</i>	31
2.1.9.1 Unsur Desain.....	31
2.1.9.1.1 Garis	31
2.1.9.1.2 Bidang	32
2.1.9.1.3 Bentuk	33
2.1.9.1.4 Warna	34
2.1.9.1.5 Ruang	37
2.1.9.1.6 Gelap Terang	37
2.1.9.1.7 Tekstur	37
2.1.9.1.8 Komposisi	38
2.1.11.1.9 Tipografi.....	39
2.1.11.1.10 Ilustrasi.....	41
2.1.9.2 Prinsip Desain	41
2.1.9.1.1 Keseimbangan (<i>Balance</i>)	42

2.1.9.1.2 Kesatuan (<i>Unity</i>)	43
2.1.9.1.3 Ritme(<i>Rhytm</i>)	43
2.1.9.1.4 Penekanan (<i>Emphasis</i>)	44
2.1.9.1.5 Proporsi (<i>Proportion</i>).....	45
2.1.10 Aliran Gaya Desain	45
2.1.10.1 Gaya Desain Kolase.....	45
2.1.11 Layout.....	47
2.1.11.1 <i>Grid System</i>	47
2.1.11.2 <i>The Symmetrical Grid</i>	48
2.1.12 Perusahaan.....	48
2.1.13 Agensi Desain.....	49
2.1.14 Pasar Swalayan.....	50
2.1.14.1 Tanah Abang Mall.....	50
BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	52
3.1 Data Perusahaan	52
3.1.1 Nama Perusahaan.....	52
3.1.2 Visi dan Misi.....	52
3.1.2.1 Visi.....	53
3.1.2.2 Misi	53
3.1.3 Logo Perusahaan.....	54
3.1.4 Semboyan Perusahaan	54
3.1.5 Sumber Daya Manusia.....	54
3.1.6 Produk/Jasa	55
3.1.7 Target Audience.....	56
3.1.8 Segmentasi Pasar	57
3.1.9 <i>Positioning</i>	57
3.1.10 Jangkauan Wilayah Pemasaran.....	57
3.1.11 Sarana dan Prasarana.....	57
3.1.12 Lokasi Perusahaan	58
3.2 Posisi Kerja.....	59

3.2.1 Bagian Pekerjaan.....	59
3.2.2 Tanggung Jawab Pekerjaan.....	60
3.2.3 Foto Kegiatan.....	60
BAB IV PEMBAHASAN.....	62
4.1 Kajian Komunikasi.....	62
4.1.1 Komunikator.....	62
4.1.2 Pesan.....	62
4.1.3 Media.....	63
4.1.4 Komunikan.....	64
4.1.5 Efek.....	64
4.1.6 Umpan Balik.....	65
4.2 Kajian Desain.....	65
4.2.1 Tahap Persiapan.....	65
4.2.2 Desain Sketsa Alternatif.....	67
4.2.3 Desain Digital.....	68
4.2.4 Desain Terpilih.....	69
4.3 Tahap Produksi.....	69
4.3.1 Tahap Produksi <i>Final Artwork</i>	70
a. <i>Copywriting</i>	70
b. <i>Art Directing</i>	72
c. Gaya Desain.....	82
d. Layout.....	82
4.4 Hasil Akhir.....	83
4.5 Beberapa Hasil Karya Lainnya.....	85
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	88
5.2.2 Bagi Lembaga Pendidikan.....	88
5.2.3 Bagi Mahasiswa.....	89

DAFTAR PUSTAKA
LEMBAR BIMBINGAN KERJA PRAKTIK
LEMBAR SURAT PENERIMAAN MAGANG PERUSAHAAN
LEMBAR TIMELINE KERJA PRAKTIK
LEMBAR PENILAIAN KERJA PRAKTIK PERUSAHAAN
LEMBAR KARYA
LEMBAR SERTIFIKAT KERJA PRAKTIK DARI PERUSAHAAN



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul