

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.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
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	11

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.1.3 Pemasaran	17
2.1.4 Promosi	17
2.1.4.1 Tujuan Promosi	18
2.1.5 Periklanan.....	19
2.1.6 Media	19
2.1.7 Visual.....	19
2.1.8 Perusahaan	20
2.1.9 Platform (Perangkat Lunak).....	21
2.1.10 Copywriting.....	23
2.1.10.1 Headline.....	24
2.1.10.2 Subheadline.....	25
2.1.10.3 Tagline.....	25
2.1.10.4 Body Copy	26
2.1.11 Art Directing.....	26
2.1.11.1 Garis	27
2.1.11.2 Bidang.....	28
2.1.11.3 Bentuk.....	28
2.1.11.4 Warna	29
2.1.11.5 Ruang.....	31
2.1.11.6 Gelap Terang.....	31
2.1.11.7 Tekstur.....	32
2.1.11.8 Komposisi.....	33
2.1.11.9 Tipografi.....	34
2.1.11.10 Ilustrasi	35
2.1.12 Aliran Gaya Desain.....	36
2.1.12.1 Gaya Desain.....	37
2.1.13 Advertising	37
2.1.13.1 Media Sosial	38
2.1.14 Layout.....	39
2.1.14.1 Grid System	40

2.1.14.2 <i>The Symmetrical Grid</i>	40
2.1.15 Cover <i>E-Book</i>	41
BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	43
3.1 Data Perusahaan	43
3.1.1 Nama Perusahaan	43
3.1.2 Pemilik	44
3.1.3 Visi dan Misi	44
3.1.3.1 Visi	44
3.1.3.2 Misi	44
3.1.4 Logo Perusahaan	45
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 <i>Audience</i>	48
3.1.9 Segmentasi Pasar	48
3.1.10 <i>Positioning</i>	48
3.1.11 Jangkauan Wilayah Pemasaran	49
3.1.12 Sarana dan Prasarana	49
3.1.13 Lokasi Perusahaan	49
3.2 Posisi Kerja	50
3.2.1 Departemen	51
3.2.2 Bagian Pekerjaan	51
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan	51
3.2.4 Foto Kegiatan	52
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	56
4.1.5 Efek	57
4.1.6 Umpan Balik	57
4.2 Kajian Desain	57
4.2.1 Tahap Persiapan	57
4.2.2 Desain Sketsa Alternatif	58
4.2.3 Desain Digital Komprehensif	59
4.2.4 Desain Terpilih	60
4.3 Tahap Produksi	60
4.3.1 Tahap Produksi <i>Final Artwork</i>	60
a. <i>Copywriting</i>	61
b. <i>Art Directing</i>	63
c. Gaya Desain	69
d. Layout	70
4.4 Finishing <i>ArtWork</i>	71
4.5 Beberapa Karya KP lainnya	72
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
5.2.1 Bagi Perusahaan	77
5.2.2 Bagi Lembaga Pendidikan	77
5.2.3 Bagi Mahasiswa	78
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 ^{ix}
Esa Unggul



Universitas
Esa U