

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	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan	6
1.6 Manfaat	6
1.6.1 Manfaat Bagi Institusi	6
1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	7
1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat.....	7
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.....	11
2.1.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	12

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	14
2.1.3 Pemasaran.....	15
2.1.4 Promosi.....	16
2.1.4.1 Tujuan Promosi	17
2.1.5 Periklanan	18
2.1.6 Media.....	19
2.1.7 Visual	23
2.1.8 Perusahaan	24
2.1.9 <i>Art Directing</i>	25
2.1.9.1 <i>Unsur-unsur Desain Grafis</i>	25
2.1.9.1.1 Titik	25
2.1.9.1.2 Garis	26
2.1.9.1.3 Bidang	27
2.1.9.1.4 Bentuk	28
2.1.9.1.5 Ruang.....	29
2.1.9.1.6 Warna	29
2.1.9.1.7 Tekstur.....	31
2.1.9.1.8 Gelap Terang.....	32
2.1.9.1.9 Ilustrasi	33
2.1.9.2 Prinsip Desain	34
2.1.9.2.1 Kesatuan (Unity).....	34
2.1.9.2.2 Keseimbangan (Balance).....	34
2.1.9.2.3 Irama (Rhythm).....	35
2.1.9.2.4 Penekanan (Emphasis)	35
2.1.9.2.5 Hirarki(Hierarchy).....	35
2.1.10 Copywriting	35
2.1.10.1 Headline.....	36
2.1.10.2 <i>Sub</i> Headline	36
2.1.10.3 Tagline.....	37
2.1.10.4 Body Copy.....	37
2.1.11 Tipografi.....	38

2.1.12 Layout.....	40
2.1.12.1 <i>Grid System</i>	41
2.1.12.2 <i>The Symmetrical Grid</i>	41
2.1.13 Aliran Gaya Desain	41
2.1.13.1 Gaya Desain Early Modern (1910-1935)	42
2.1.13.2 Gaya Desain Late Modern (1945-1960).....	43
BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	44
3.1 Data Perusahaan	44
3.1.1 Nama Perusahaan	44
3.1.2 Pemilik	45
3.1.3 Visi dan Misi	45
3.1.4 Logo Perusahaan	46
3.1.5 Semboyan Perusahaan	47
3.1.6 Sumber Daya Manusia.....	47
3.1.7 Produk.....	48
3.1.7.1 Spesifikasi Produk.....	48
3.1.8 Target Audience	49
3.1.9 Segmentasi Pasar	50
3.1.10 <i>Positioning</i>	50
3.1.11 Jangkauan Wilayah Pemasaran.....	51
3.1.12 Sarana dan Prasarana.....	51
3.1.13 Lokasi Perusahaan.....	51
3.2 Posisi Kerja	52
3.2.1 Departemen.....	52
3.2.2 Bagian Pekerjaan	53
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan	53
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.....	58
4.2.3 Desain Digital Komprehensif	59
4.2.4 Desain Terpilih	60
4.3 Tahap Produksi	61
4.3.1 Tahap Produksi Final Artwork	61
4.3.1.1 Art Directing	61
4.3.1.2 Copywriting	70
4.3.1.3 Tipografi.....	72
4.3.1.4 Layout.....	73
4.3.1.5 Gaya Desain.....	74
4.4 Finishing.....	75
4.5 Beberapa Karya lainnya.....	76
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