

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR PERNYATAAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan.....	4
1.6 Manfaat.....	5
1.6.1 Manfaat Bagi Institusi	5
1.6.1 Manfaat Bagi Perusahaan.....	6
1.6.1 Manfaat Bagi Masyarakat	6
1.7 Waktu dan Tempat.....	6
1.7.1 Waktu.....	6
1.7.2 Tempat	6
1.8 Analisis Kompetitor.....	7
1.8.1 Direct dan Indirect	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Komunikasi Digital	8
2.1.2 Kompetitor	8
2.1.3 Komunikasi Massa.....	9

2.1.2.1	Pengertian Komunikasi Massa	9
2.1.2.2	Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	10
2.1.2.3	Fungsi Komunikasi Massa.....	11
2.1.4	Pemasaran	12
2.1.5	Promosi	12
2.1.6	Periklanan	12
2.1.7	Media	13
2.1.8	Visual.....	13
2.1.9	Perusahaan	14
2.1.10	Media Digital	14
2.1.10.1	Pengertian Media Digital.....	14
2.1.10.2	Media Digital sebagai Media Komunikasi Digital	14
2.1.11	<i>Copywriting</i>	15
2.1.10.1	<i>Headline</i>	15
2.1.10.2	<i>Sub Headline</i>	16
2.1.10.3	<i>Tagline</i>	16
2.1.10.4	<i>Body Copy</i>	16
2.1.12	<i>Art Directing</i>	16
2.1.11.1	Unsur Desain.....	17
2.1.11.1.1	Garis	17
2.1.11.1.2	Warna	18
2.1.11.1.3	Tipografi.....	19
2.1.13	Aliran Gaya Desain	19
2.1.12.1	Gaya Desain	19
2.1.14	Poster	20
2.1.13.1	Pengertian.....	20
2.1.13.2	Jenis Poster.....	20
2.1.13.3	E-poster pada <i>Platform Instagram</i>	22
2.1.15	<i>Layout</i>	23
2.1.16	Proses Komunikasi Perancangan.....	24

BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	33
3.1 Data Perusahaan.....	33
3.1.1 Nama Perusahaan	33
3.1.2 Visi dan Misi.....	33
3.1.2.1 Visi.....	33
3.1.2.2 Misi	34
3.1.3 Logo Perusahaan	34
3.1.4 Slogan Perusahaan	35
3.1.5 Sumber Daya Manusia	35
3.1.6 Produk dan Jasa.....	36
3.1.7 Target Audiens.....	37
3.1.8 Segmentasi Pasar.....	37
3.1.9 <i>Positioning</i>	37
3.1.10 Jangkauan Wilayah Pemasaran	37
3.1.11 Sarana dan Prasarana.....	38
3.1.12 Lokasi Perusahaan.....	38
3.2 Posisi Kerja.....	38
3.2.1 Kerja pada Departemen.....	39
3.2.2 Kerja pada Bagian	39
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan.....	40
3.2.4 Foto Kegiatan.....	41
 BAB IV PEMBAHASAN	 43
4.1 Kajian Komunikasi	43
4.1.1 Komunikator	43
4.1.2 Pesan	43
4.1.3 Media.....	43
4.1.4 Komunikan.....	44
4.1.5 Efek.....	44
4.1.6 Umpan Balik	44

4.2 Kajian Desain	45
4.2.1 Tahap Persiapan	45
4.2.2 Desain Sketsa Alternatif	46
4.2.3 Desain Digital	47
4.2.4 Desain Terpilih	48
4.3 Tahap Produksi	49
4.3.1 Tahap Produksi <i>Final Artwork</i>	50
a. <i>Copywriting</i>	50
b. <i>Art Directing</i>	54
c. Gaya Desain	68
d. <i>Layout</i>	69
4.4 Hasil Akhir	69
4.5 Beberapa Hasil Karya Lain	70
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Bagi Perusahaan	74
5.2.2 Bagi Lembaga Pendidikan	74
5.2.3 Bagi Mahasiswa	75
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	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Tempat Kerja Praktik	7
Gambar 2.1 Desain Poster Digital PT AKUTAHU.....	17
Gambar 2.2 Contoh Garis <i>Solid Line</i>	18
Gambar 2.3 Tema Warna Merah Maroon PT AKUTAHU	18
Gambar 2.4 Tema Warna Hijau <i>Stabilo</i> edisi <i>Intermezzo</i>	19
Gambar 2.5 Font <i>Lato</i>	19
Gambar 2.6 Contoh Poster Cetak	21
Gambar 2.7 Contoh Poster Digital.....	22
Gambar 2.8 <i>Axial Layout</i>	23
Gambar 2.9 <i>Instagram</i> PT AKUTAHU	25
Gambar 2.10 <i>Trello Website</i>	26
Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....	35
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	36
Gambar 3.3 Lokasi Kerja Praktik	38
Gambar 3.4 Struktur Unit Kerja	39
Gambar 3.5 Rapat Redaksi Mingguan	41
Gambar 3.6 Rapat Perancangan Project Khusus	41
Gambar 3.7 Rapat Project Bersama Tim Po dan Tim Kreator	42
Gambar 4.1 <i>Mood Board</i> Konsep dalam <i>Creative Brief</i>	46
Gambar 4.2 Sketsa Desain.....	47
Gambar 4.3 Desain Digital	48
Gambar 4.4 Desain Terpilih	49
Gambar 4.5 Desain Poster Digital	50
Gambar 4.6 Unsur <i>Copywriting</i> dalam Poster Digital.....	51
Gambar 4.7 Unsur <i>Headline</i> pada Poster Digital	52
Gambar 4.8 Unsur <i>Sub Headline</i> 1 pada Poster Digital	53
Gambar 4.9 Unsur <i>Sub Headline</i> 2 pada Poster Digital	53
Gambar 4.10 Unsur <i>Body Copy</i> pada Poster Digital	54
Gambar 4.11 Unsur Garis pada Poster Digital.....	55

Gambar 4.12 Unsur Garis Nyata pada Poster Digital	55
Gambar 4.13 Unsur Garis Nyata pada Poster Digital	56
Gambar 4.14 Unsur Garis Nyata pada Poster Digital	56
Gambar 4.15 Unsur Garis Semu pada Poster Digital	56
Gambar 4.16 Unsur Garis Semu pada Poster Digital	57
Gambar 4.17 Unsur Bentuk pada Poster Digital	57
Gambar 4.18 Unsur Bentuk Geometris pada Poster Digital	58
Gambar 4.19 Unsur Bentuk Geometris pada Poster Digital	58
Gambar 4.20 Unsur Bentuk Non Geometris pada Poster Digital	59
Gambar 4.21 Unsur Bentuk Non Geometris pada Poster Digital	59
Gambar 4.22 <i>Color Scheme</i>	60
Gambar 4.23 Unsur Ruang pada Poster Digital	61
Gambar 4.24 Unsur Komposisi pada Poster Digital	62
Gambar 4.25 <i>Typeface “Century Gothic” Bold & Regular</i>	62
Gambar 4.26 <i>Typeface “Lato” Bold & Regular</i>	63
Gambar 4.27 Unsur Gambar pada Poster Digital	63
Gambar 4.28 Penerapan Prinsip Kesatuan pada Poster Digital	64
Gambar 4.29 Penerapan Prinsip Irama pada Poster Digital	65
Gambar 4.30 Penerapan Prinsip Keseimbangan pada Poster Digital	66
Gambar 4.31 Penerapan Prinsip Penekanan pada Poster Digital	67
Gambar 4.32 Penerapan Prinsip Penekanan pada Poster Digital	67
Gambar 4.33 Penerapan Prinsip Proporsi pada Poster Digital	68
Gambar 4.34 Penerapan <i>Grid</i> pada Poster Digital	69
Gambar 4.35 Hasil Akhir Desain Poster Digital	70
Gambar 4.36 Hasil Karya Lain 1	71
Gambar 4.37 Hasil Karya Lain 2	71
Gambar 4.38 Hasil Karya Lain 3	72