

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS MATERI .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR TABEL .....	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxvii
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	xxviii

I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Penegasan Makna Judul .....	13
1.3 Batasan Masalah .....	14
1.4 Rumusan Masalah .....	15
1.5 Asumsi Dasar .....	16
1.6 Tujuan Perancangan .....	17
1.7 Manfaat Perancangan .....	17
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi .....	17
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan .....	18
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat .....	19
1.7.4 Manfaat Bagi Mahasiswa .....	19
1.8 Metode Perancangan .....	20
1.8.1 Metode Pengumpulan Data .....	20
1.8.1.1 Data Lapangan .....	20
(1) Data Observasi .....	21
(2) Data Wawancara .....	21
(3) Data Kuisisioner .....	21
1.8.1.2 Data Kajian Literatur .....	22
(1) Media Cetak .....	22
(2) Media Elektronik .....	23
(3) Media Dokumentasi .....	23

1.8.1.3 Data Visual Karya Komunikasi Acuan .....	24
(1) Alasan Pemilihan .....	24
(2) Keistimewaan/Keunikan/Khusus .....	25
1.8.2 Metode Analisa Data .....	25
18.2.1 Metode Analisa Kualitatif .....	26
1.8.2.2 Analisa SWOT .....	26
1.8.2.3 Sintesis .....	28
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan.....	29
1.10 Tempat dan Tahun Produksi .....	30
1.11 Sistematika Penulisan .....	30
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA .....	32
2.1 Tinjauan Pustaka.....	32
2.1.1 Komunikasi .....	32
2.1.2 Komunikasi Massa.....	35
2.1.3 Pemasaran .....	37
2.1.4 Periklanan.....	39
2.1.5 Promosi .....	41
2.1.6 Media.....	42
2.1.7 Visual.....	43
2.1.8 Perusahaan .....	45
2.1.9 Teori Corporate Identity .....	46

2.1.10 Copy Writing .....	47
2.1.10.1 Head Line .....	49
2.1.10.2 Sub Headline .....	51
2.1.10.3 Body Copy .....	52
2.1.11 Prinsip Desain.....	53
2.1.11.1 Irama.....	54
2.1.11.2 Kesederhanaan .....	56
2.1.11.3 Keseimbangan.....	57
2.1.11.4 Pusat Perhatian .....	59
2.1.11.5 Kesatuan.....	61
2.1.12 Aliran Gaya Desain.....	62
2.1.13 Unsur Desain .....	78
2.1.13.1 Garis .....	78
2.1.13.2 Bidang.....	80
2.1.13.3 Bentuk.....	81
2.1.13.4 Warna .....	83
2.1.13.5 Ruang .....	88
2.1.13.6 Gelap Terang.....	90
2.1.13.7 Tekstur.....	91
2.1.13.8 Komposisi .....	92
2.1.13.9 Typografi.....	94
2.1.13.10 Lay-out.....	103

2.1.13.11 Gambar / ilustrasi .....	105
2.2 Identifikasi Data Perusahaan.....	110
2.2.1 Data Perusahaan.....	110
2.2.1.1 Nama Perusahaan.....	110
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan .....	111
2.2.1.3 Visi dan Misi .....	111
2.2.1.4 Pemilik Saham.....	112
2.2.1.5 Departemen Perusahaan.....	112
2.2.1.6 Reputasi Perusahaan .....	114
2.2.1.7 Produk Perusahaan.....	114
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan.....	114
2.2.2 Data Produk.....	115
2.2.2.1 Merk Produk .....	115
2.2.2.2 Jenis Produk.....	115
2.2.2.3 Bentuk Produk.....	115
2.2.2.4 Spesifikasi Produk .....	115
2.2.2.5 Keunggulan Produk .....	123
2.2.2.6 Harga masing-masing Produk .....	129
2.2.2.7 Segmentasi Pasar .....	132
2.2.2.8 Positioning Produk.....	133
2.2.2.9 Target Audience .....	134
2.2.2.10 Foto Produk .....	134

2.3.3 Data Pemasaran .....	149
2.3.3.1 Wilayah Pemasaran .....	149
2.3.3.2 Peluang Pemasaran .....	149
2.3.3.3 Strategi Pemasaran .....	151
2.3.4 Data Saran Visual Yang Ada .....	151
2.3.4.1 Saran Komunikasi Visual Eksternal .....	151
2.3.4.2 Saran Komunikasi Visual Internal .....	152
2.3 Identifikasi Dat Kompetitor .....	152
2.3.1 Data Perusahaan.....	152
2.3.1.1 Nama Perusahaan .....	152
2.3.1.2 Filosofi Perusahaan.....	153
2.3.1.3 Visi dan Misi .....	153
2.3.1.4 Pemilik Saham .....	154
2.3.1.5 Departemen Perusahaan .....	154
2.3.1.6 Reputasi Perusahaan.....	155
2.3.1.7 Produk Perusahaan.....	155
2.3.1.8 Lokasi Perusahaan .....	156
2.3.2 Data Produk.....	156
2.3.2.1 Merk Produk .....	156
2.3.2.2 Jenis Produk .....	156
2.3.2.3 Bentuk Produk.....	157
2.3.2.4 Spesifikasi Masing-masing Produk.....	157

2.3.2.5 Keunggulan Masing-masing Produk .....	159
2.3.2.6 Harga Masing-masing Produk.....	161
2.3.2.7 Segmentasi Pasar .....	162
2.3.2.8 Positioning Produk .....	163
2.3.2.9 Target Audience.....	163
2.3.2.10 Foto Produk.....	164
2.3.3 Data Pemasaran.....	167
2.3.3.1 Wilayah Pemasaran .....	167
2.3.3.2 Peluang Pemasaran.....	168
2.3.3.3 Strategi Pemasaran.....	168
2.3.4 Data Saran Visual Yang Ada .....	168
2.3.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal.....	169
2.3.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal .....	169
2.4 Data Pendukung .....	169
2.4.1 Tabulasi Data Survei .....	170
2.4.2 Tabulasi Data Wawancara.....	170
2.4.3 Tabulasi Data Karya Acuan .....	171
2.5 Analisa Data .....	172
2.5.1 Analisa SWOT .....	172
2.5.2 USP .....	174
2.5.3 Positioning .....	174
2.5.4 Segmentasi Pasar .....	175

2.6 Asumsi Dasar .....	175
2.7 Sintesis .....	176
III. KONSEP PECEPTAAN .....	177
3.1 Konsep Pemasaran .....	177
3.1.1 Tujuan Pemasaran .....	178
3.1.2 Strategi Pemasaran .....	178
3.1.3 Tujuan Promosi.....	178
3.1.4 Strategi Promosi .....	179
3.1.5 Tujuan Periklanan.....	179
3.1.6 Strategi Periklanan .....	180
3.1.7 Biaya Periklanan.....	180
3.2 Konsep Media.....	183
3.2.1 Tujuan Media .....	184
3.2.2 Strategi Media .....	184
3.2.3 Paduan Media .....	184
3.2.3.1 Media Above The Line .....	185
3.2.3.2 Media Below The Line .....	185
3.2.3.4 Visual Merchindising.....	186
3.2.4 Program Media.....	186
3.2.4.1 Exhibition Display .....	187
3.2.4.2 Rack Display.....	188



3.2.4.3 Spanduk .....	189
3.2.4.4 Umbul-umbul .....	190
3.2.4.5 Billboard .....	191
3.2.4.6 X-Banner .....	192
3.2.4.7 Poster .....	193
3.2.4.8 Hanging Mobile.....	194
3.2.4.9 Lefleat.....	195
3.2.4.10 Iklan Koran .....	196
3.2.4.11 Iklan Majalah .....	197
3.2.4.12 Iklan Audio Visual .....	198
3.2.4.13 Folder/Map .....	199
3.2.4.14 Amplop dan Kop Surat .....	200
3.2.4.15 Buku Catatan Kecil .....	201
3.2.4.16 Kartu Nama .....	202
3.2.4.17 Kartu Karyawan .....	203
3.2.4.18 Kemeja Karyawan .....	204
3.2.4.19 T-shirt Karyawan .....	205
3.2.4.20 Shopping Bag .....	206
3.2.4.21 Special Packaging .....	207
3.2.4.22 Kalender .....	208
3.2.4.23 Gantungan Kunci.....	209
3.2.4.24 Pena .....	210

3.2.4.25 Mug .....	211
3.2.4.26 Pin .....	212
3.2.4.27 Stiker .....	213
3.2.4.28 Desain Mobil Operasional.....	214
3.2.5 Biaya Media .....	215
3.3 Konsep Kreatif.....	222
3.3.1 Tujuan Kreatif .....	222
3.3.2 Strategi Kreatif.....	223
3.3.2.1 Target Audience.....	223
3.3.2.2 Isi Pesan .....	224
3.3.2.3 Estetis Filosofi .....	224
3.3.2.4 Pemakaian Gaya Desain.....	224
3.3.2.5 Bentuk Pesan.....	225
3.3.2.5.1 Pesan Verbal/Copy Writing .....	226
(1) Headline .....	226
(2) Sub Headline.....	226
(3) Body Copy.....	227
3.3.2.5.2 Pesan Non Verbal/Visual/Art Directing...	227
(1) Prinsip Desain .....	228
(a) Irama.....	228
(b) Kesederhanaan.....	229
(c) Keseimbangan .....	229

(d) Kesatuan.....	230
(2) Unsur Desain.....	230
(a) Garis .....	231
(b) Bidang.....	231
(c) Bentuk.....	232
(d) Warna .....	233
(e) Ruang .....	234
(f) Gelap Terang .....	235
(g) Tekstur .....	235
(h) Komposisi .....	235
(i) Typografi.....	236
(j) Layout .....	236
(k) Gambar?Ilustrasi.....	237
3.3.2.6 Program Kreatif .....	238
3.3.2.7 Biaya Kreatif.....	238
IV. APLIKASI DESAIN .....	240
4.1 Tinjauan Komunikasi .....	240
4.1.1 Komunikator .....	240
4.1.2 Pesan .....	241
4.1.3 Media .....	241
4.1.4 Komunikan .....	241

4.1.5 Efek .....	242
4.1.6 Umpan Balik .....	242
4.2 Kajian Desain .....	242
4.2.1 Tahap Persiapan .....	243
4.2.2 Tahapan Produksi .....	245
4.2.2.1 FA/Bersifat Master .....	246
4.2.2.2 Tahap Cetak .....	288
4.2.2.3 Tahap Finishing .....	289
V. PENUTUP .....	290
5.1 Kesimpulan .....	290
5.2 Saran .....	291
DAFTAR PUSTAKA .....	293
LAMPIRAN .....	295