

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.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul	4
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Asumsi Dasar	6
1.6 Tujuan	7
1.7 Manfaat	7
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi	8
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan	8
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat	9

1.8. Metode Perancangan	9
1.8.1. Metode Pengumpulan Data	10
1.8.1.1. Data Lapangan	10
(1) Data Observasi	10
(2) Data Wawancara	11
1.8.1.2. Data Kajian Literatur	11
(1) Media Cetak	11
(2) Media Elektronik	12
(3) Dokumentasi	13
1.8.1.3. Data Karya Komunikasi Visual Acuan	13
(1) Alasan Pemilihan	13
(2) Keistimewaan / Keunikan / Khusus	14
1.8.2. Metode Analisa Data	14
1.8.2.1. Metode Analisa Kualitatif	15
1.8.2.2. Analisa SWOT	15
1.8.2.3. Sintesis	16
1.9. Kerangka Pemikiran Perancangan	17
1.10. Tempat dan Tahun Produksi	18
1.11. Sistematika Penulisan	18

BAB ITINJAUAN PUSTAKA DAN DATA

2.1. Tinjauan Pustaka	21
2.1.1. Komunikasi	21
2.1.2. Komunikasi Massa	23

2.1.3. Pemasaran	24
2.1.4. Periklanan	26
2.1.5. Promosi	27
2.1.6. Media	29
2.1.7. Visual	30
2.1.8. Company Profile	32
2.1.9. Perusahaan	33
2.1.10 Copy Writing	33
2.1.10.1. Headline	35
2.1.10.2. Sub Headline	36
2.1.10.3. Body Copy	37
2.1.11. Prinsip Desain	38
2.1.11.1. Irama	38
2.1.11.2. Kesederhanaan	40
2.1.11.3. Keseimbangan	41
2.1.11.4. Pusat Perhatian	42
2.1.11.5. Kesatuan	43
2.1.12. Gaya Desain	45
2.1.13. Unsur Desain	53
2.1.13.1. Garis	53
2.1.13.2. Bidang	54
2.1.13.3. Bentuk	55
2.1.13.4. Warna	56
2.1.13.5. Ruang	60

2.1.13.6. Gelap Terang	61
2.1.13.7. Tekstur	62
2.1.13.8. Komposisi	64
2.1.13.9. Tipografi	65
2.1.13.10. Layout	67
2.1.13.11. Gambar / Ilustrasi	69
2.2. Identifikasi Data Perusahaan	72
2.2.1. Data Perusahaan	72
2.2.1.1. Nama Perusahaan	72
2.2.1.2. Filosofi Perusahaan	72
2.2.1.3. Visi dan Misi	74
2.2.1.4. Pemilik Saham	75
2.2.1.5. Departemen Perusahaan	76
2.2.1.6. Reputasi Perusahaan	76
2.2.1.7. Produk Perusahaan	78
2.2.1.8. Lokasi Perusahaan	79
2.2.2. Data Produk	80
2.2.2.1. Merek Produk (<i>Brand Name</i>)	81
2.2.2.2. Jenis Produk	81
2.2.2.3. Bentuk Produk	81
2.2.2.4. Spesifikasi Masing-masing Produk	82
2.2.2.5. Keunggulan Masing-masing Produk	87
2.2.2.6. Harga Masing-masing Produk	87
2.2.2.7. Segmentasi Pasar.....	89

2.2.2.8. Positioning Produk	89
2.2.2.9. Target Audience	89
2.2.2.10. Foto Produk	89
2.2.3. Data Pemasaran	93
2.2.3.1. Wilayah Pemasaran	93
2.2.3.2. Peluang Pemasaran	93
2.2.3.3. Strategi Pemasaran	94
2.2.4. Data Sarana Visual yang Ada	94
2.2.4.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal	94
2.2.4.2. Sarana Komunikasi Visual Internal	94
2.3. Identifikasi Data Kompetitor	95
2.3.1. Data Perusahaan	95
2.3.1.1. Nama Perusahaan	95
2.3.1.2. Filosofi Perusahaan	95
2.3.1.3. Visi dan Misi	96
2.3.1.4. Pemilik Saham	96
2.3.1.5. Departemen Perusahaan	97
2.3.1.6. Reputasi Perusahaan	97
2.3.1.7. Produk Perusahaan	98
2.3.1.8. Lokasi Perusahaan	99
2.3.2. Data Produk	99
2.3.2.1. Merek Produk (<i>Brand Name</i>)	100
2.3.2.2. Jenis Produk	100
2.3.2.3. Bentuk Produk	101

2.3.2.4. Spesifikasi Masing-masing Produk	101
2.3.2.5. Keunggulan Masing-masing Produk	102
2.3.2.6. Harga Masing-masing Produk	103
2.3.2.7. Segmentasi Pasar.....	103
2.3.2.7. Positioning Produk	104
2.3.2.8. Target Audience	104
2.3.2.9. Foto Produk	105
2.3.3. Data Pemasaran	106
2.3.3.1. Wilayah Pemasaran	106
2.3.3.2. Peluang Pemasaran	106
2.3.3.3. Strategi Pemasaran	107
2.3.4. Data Sarana Visual yang Ada	107
2.3.4.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal	107
2.3.4.2. Sarana Komunikasi Visual Internal	108
2.4. Data Pendukung	108
2.4.1. Tabulasi Data Survey	108
2.4.2. Tabulasi Data Wawancara	109
2.4.3. Tabulasi Data Karya Acuan	109
2.5. Analisa Data	110
2.5.1. Analisa SWOT	110
2.5.2. USP	112
2.5.3. Positioning	112
2.5.4. Segmentasi Pasar	113
2.6. Asumsi Dasar	113

2.7. Sintesis	114
---------------------	-----

BAB III KONSEP PENCIPTAAN

3.1. Konsep Pemasaran	115
3.1.1. Tujuan Pemasaran	115
3.1.2. Strategi Pemasaran	116
3.1.3. Tujuan Promosi	116
3.1.4. Strategi Promosi	116
3.1.5. Tujuan Periklanan	117
3.1.6. Strategi Periklanan	118
3.1.7. Biaya Periklanan	118
3.2. Konsep Media	120
3.2.1. Tujuan Media	120
3.2.2. Strategi Media	121
3.2.3. Paduan Media	121
3.2.3.1. Media Above The Line	121
3.2.3.2. Media Below The Line	122
3.2.3.3. Visual Merchandising	122
3.2.4. Program Media	122
3.2.4.1. Exhibition Display	123
3.2.4.2. Rack Display	124
3.2.4.3. Spanduk	125
3.2.4.4. Umbul-umbul	126
3.2.4.5. Billboard	127
3.2.4.6. X-Banner	128

3.2.4.7. Poster	129
3.2.4.8. Hanging Mobile	130
3.2.4.9. Leaflet	131
3.2.4.10. Iklan Koran	132
3.2.4.11. Iklan Majalah	133
3.2.4.12. Iklan Audio Visual (60 detik)	134
3.2.4.13. Folder/Map	135
3.2.4.14. Amplop dan Kop Surat	136
3.2.4.15. Buku Catatan kecil	137
3.2.4.16. Kartu Nama	137
3.2.4.17. Kartu Karyawan	138
3.2.4.18. Kemeja Karyawan	139
3.2.4.19. T-Shirt Karyawan	140
3.2.4.20. Shopping Bag	141
3.2.4.21. Special Packaging Design	142
3.2.4.22. Kalender	142
3.2.4.23. Gantungan Kunci	143
3.2.4.24. Pena	143
3.2.4.25. Mug	144
3.2.4.26. Pin	145
3.2.4.27. Stiker	145
3.2.4.28. Desain Mobil Oprasional	146
3.2.4.29. Desain Tiket	147
3.2.4.30. Desain Signage	148

3.2.5. Biaya Media	148
3.3. Konsep Kreatif	155
3.3.1. Tujuan Kreatif	155
3.3.2. Strategi Kreatif	156
3.3.2.1. Target Audience	156
3.3.2.2. Isi Pesan	157
3.3.2.3. Estetis Filosofis	157
3.3.2.4. Pemakaian Gaya Desain	158
3.3.2.5. Bentuk Pesan	158
3.3.2.5.1. Pesan Verbal/ Copy Writing	159
(1) Headline	159
(2) Sub Headline	160
(3) Body Copy	160
3.3.2.5.2. Pesan Non Verbal/Visual/Art Directing ..	161
(1) Prinsip Desain	161
(a) Irama	162
(b) Kesederhanaan	163
(c) Keseimbangan	164
(d) Pusat Perhatian.....	165
(e) Kesatuan	166
(2) Unsur Desain	167
(a) Garis	167
(b) Bidang	168
(c) Bentuk	168

(d) Warna	170
(e) Ruang	171
(f) Gelap Terang	172
(g) Tekstur	173
(h) Komposisi	173
(i) Tipografi	174
(j) Layout	175
(k) Gambar / Ilustrasi	176
3.3.2.6. Program Kreatif	176
3.3.2.7. Biaya Kreatif	177

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Tinjauan Komunikasi.....	179
4.1.1. Komunikator	179
4.1.2. Pesan	180
4.1.3. Media.....	180
4.1.4. Komunikan	180
4.1.5. Efek	181
4.1.6. Umpan Balik	181
4.2. Kajian Desain.....	181
4.2.1. Tahap Persiapan	182
4.2.2. Tahap Produksi	186
4.2.2.1. FA/Bersifat Master.....	186
4.2.2.2. Tahap Cetak	236

BAB IV PENUTUP

5.1. Kesimpulan 237

5.2. Saran 238

DAFTAR PUSTAKA 241