

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS MATERI.....	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 PenegasanMaknaJudul	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Asumsi Dasar.....	9
1.6 Tujuan.....	10
1.7 Manfaat.....	10
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi	10
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	11

1.7.3	Manfaat Bagi Masyarakat.....	11
1.8	Metode Perancangan.....	11
1.8.1	Metode Pengumpulan Data.....	12
1.8.1.1	Data Lapangan.....	12
1.8.1.2	Data Kajian Literatur.....	13
1.8.1.3	DataKajian Karya Komunikasi Visual Acuan.....	16
1.8.2	Metode Analisa Data.....	18
1.8.2.1	Analisa SWOT.....	19
1.8.2.2	Sintesis.....	20
1.9	Kerangka Pemikiran Perancangan.....	20
1.10	Tempat Dan Tahun Produksi.....	22
1.11	Sistematika Penulisan.....	22
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA		
2.1.	Tinjauan Pustaka.....	25
2.1.1.	Komunikasi.....	25
2.1.2.	Komunikasi Massa.....	27
2.1.3.	Pemasaran.....	29
2.1.4.	Periklanan.....	31
2.1.5.	Promosi.....	33
2.1.6.	Media.....	35

2.1.7. Visual.....	37
2.1.8. Perusahaan	38
2.1.9. Copywriting	40
2.1.9.1. Head Line	43
2.1.9.2. Sub Headline.....	45
2.1.9.3. Body Copy.....	46
2.1.10. Prinsip Desain	47
2.1.10.1. Irama	48
2.1.10.2. Kesederhanaan	51
2.1.10.3. Keseimbangan	52
2.1.10.4. Pusat Perhatian.....	55
2.1.10.5. Kesatuan	56
2.1.11. Gaya Desain	57
2.1.12. Unsur Desain	67
2.1.12.1. Garis.....	67
2.1.12.2. Bidang	68
2.1.12.3. Bentuk	69
2.1.12.4. Warna.....	71
2.1.12.5. Ruang.....	77
2.1.12.6. Gelap Terang	78
2.1.12.7. Tekstur	79
2.1.12.8. Komposisi.....	81
2.1.12.9. Typografi	82
2.1.12.10. Lay-Out	90
2.1.12.11. Gambar/Illustrasi	94

2.2. Identifikasi Data Perusahaan	95
2.2.1 Data Perusahaan	96
2.2.1.1 Nama Perusahaan	96
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan.....	97
2.2.1.3 Visi dan Misi	98
2.2.1.4 Pemilik Saham	98
2.2.1.5 Departemen Perusahaan	99
2.2.1.6 Reputasi Perusahaan.....	99
2.2.1.7 Produk Perusahaan.....	99
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan.....	100
2.2.2 Data Produk	100
2.2.2.1 Merek Produk (Brand Name).....	101
2.2.2.2 Jenis Produk.....	101
2.2.2.3 Bentuk Produk.....	102
2.2.2.4 Spesifikasi Masing - masing Produk.....	104
2.2.2.5 Keunggulan Masing - masing Produk.....	104
2.2.2.6 Harga Masing - masing Produk	105
2.2.2.7 Segmentasi Pasar	106
2.2.2.8 Positioning Produk	107
2.2.2.9 Target Audience	108
2.2.2.10 Foto Produk.....	109
2.2.3 Data Pemasaran	112
2.2.3.1 Wilayah Pemasaran	113
2.2.3.2 Peluang Pemasaran.....	113
2.2.3.3 Strategi pemasaran	114

2.2.4 Data Sarana Visual Yang Ada	115
2.2.4.1 Data Sarana Visual Eksternal.....	115
2.2.4.2 Data Sarana Visual Internal.....	115
2.3 Identifikasi Data Kompetitor	115
2.3.1 Data Perusahaan	116
2.3.1.1 Nama Perusahaan	116
2.3.1.2 Filosofi Perusahaan.....	117
2.3.1.3 Visi dan Misi	118
2.3.1.4 Pemilik Saham	119
2.3.1.5 Departemen Perusahaan	122
2.3.1.6 Reputasi Perusahaan.....	123
2.3.1.7 Produk Perusahaan.....	124
2.3.1.8 Lokasi Perusahaan.....	125
2.3.2 Data Produk.....	125
2.3.2.1 Merek Produk (Brand Name).....	126
2.3.2.2 Jenis Produk.....	126
2.3.2.3 Bentuk Produk.....	127
2.3.2.4 Spesifikasi Masing - masing Produk.....	128
2.3.2.5 Keunggulan Masing - masing Produk.....	128
2.3.2.6 Harga Masing - masing Produk	129
2.3.2.7 Segmentasi Pasar	132
2.3.2.8 Positioning Produk	132
2.3.2.9 Target Audience	133
2.3.2.10 Foto Produk.....	134
2.3.3 Data Pemasaran.....	138

2.3.3.1 Wilayah Pemasaran	138
2.3.3.2 Peluang Pemasaran	138
2.3.3.3 Strategi pemasaran	139
2.3.4 Data Sarana Visual Yang Ada	139
2.3.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal.....	140
2.3.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal.....	140
2.4 Data Pendukung	140
2.4.1 Tabulasi Data Survey	140
2.4.2 Tabulasi Data Wawancara	141
2.4.3 Tabulasi Data Karya acuan	141
2.5 Analisa Data	142
2.5.1 Analisa SWOT	143
2.5.2 USP	144
2.5.3 Positioning	145
2.5.4 Segmentasi Pasar.....	145
2.6 Asumsi Dasar	147
2.7 Sintesis	147
 BAB III. KONSEP PENCIPTAAN	
3.1 Identitas Korporat	149
3.2 Konsep Pemasaran	149
3.2.1 Tujuan Pemasaran	150
3.2.2 Strategi Pemasaran	151
3.2.3 Tujuan Promosi	153
3.2.4 Strategi Promosi	153

3.2.5 Tujuan Periklanan.....	154
3.2.6 Strategi Periklanan	154
3.2.7 Biaya Periklanan.....	155
3.3 Logo.....	155
3.4 Konsep Media.....	157
3.4.1 Tujuan Media	158
3.4.2 Strategi Media.....	158
3.4.3 Panduan Media.....	160
3.4.3.1 Media Above The line.....	160
3.4.3.2 Media Below The line	160
3.4.3.3 Visual Merchandasing	161
3.5 Program Media	161
3.5.1 Exhibition Display	161
3.5.2 Rack Display.....	162
3.5.3 Spanduk.....	162
3.5.4 Umbul – umbul.....	163
3.5.5 Billboard.....	163
3.5.6 X-Banner.....	163
3.5.7 Poster	164
3.5.8 Hanging Mobile.....	164
3.5.9 Leaflet.....	165
3.5.10 Iklan Koran.....	165
3.5.11 Iklan Majalah.....	165
3.5.12 Iklan Audio Visual (60 detik)	165
3.5.13 Folder/Map.....	166

3.5.14 Amplop dan Kop Surat.....	166
3.5.15 Buku Catatan Kecil	166
3.5.16 Kartu Nama.....	167
3.5.17 Kartu Karyawan	167
3.5.18 Kemeja Karyawan.....	167
3.5.19 T-Shirt Karyawan	168
3.5.20 Shopping Bag	168
3.5.21 Special Packing Design	168
3.5.22 Kalender	168
3.5.23 Gantungan Kunci	169
3.5.24 Pena	169
3.5.25 Mug.....	169
3.5.26 Pin.....	170
3.5.27 Stiker.....	170
3.5.28 Desain Mobil Operasional.....	170
3.6 Biaya Media	170
3.7 Konsep Kreatif	172
3.7.1 Tujuan kreatif.....	172
3.7.2 Strategi kreatif	172
3.7.3 Target Audience	173
3.7.4 Isi pesan	173
3.7.5 Estetis Filosofis.....	174
3.7.6 Pemakaian Gaya Desain	174
3.7.7 Bentuk Pesan	175
3.7.7.1 Pesan Verbal Copywriting.....	176

3.7.7.2 Pesan Non Verbal / Visual / Art Directing.....	176
3.7.8 Program Kreatif.....	180
3.7.9 Biaya Kreatif	181

BAB IV. APLIKASI DESAIN

4.1. Kajian Komunikasi	182
4.1.1 Komunikator	182
4.1.2 Pesan	183
4.1.3 Media	183
4.1.4 Komunikasikan	183
4.1.5 Efek.....	184
4.1.6 Umpan Balik.....	184
4.2 Kajian Desain.....	184
4.2.1 Tahapan Persiapan.....	184
4.2.2 Tahap Produksi.....	188
4.2.2.1 Logo.....	188
4.2.2.2 Background layout	189
4.2.2.3 Exhibition Display.....	190
4.2.2.4 Rack Display.....	191
4.2.2.5 Spanduk.....	192
4.2.2.6 Umbul-umbul	192
4.2.2.7 Billboard	193

4.2.2.8 X-Banner.....	194
4.2.2.9 Poster	195
4.2.2.10 Hanging Mobile	196
4.2.2.11 Brosur dan Flier	197
4.2.2.12 Iklan Koran.....	198
4.2.2.13 Iklan Majalah.....	198
4.2.2.14 Folder/Map.....	199
4.2.2.15 Amplop dan Amplop Besar, Kop Surat	200
4.2.2.16Buku Catatan Kecil	201
4.2.2.17 Kartu Nama.....	202
4.2.2.18 Kartu Karyawan	202
4.2.2.19 Kemeja Karyawan	203
4.2.2.20 Topi Karyawan	203
4.2.2.21 T-Shirt Karyawan	205
4.2.2.22 Shopping Bag	205
4.2.2.23 Special Packaging	206
4.2.2.24 Kalender	207
4.2.2.25 Gantungan Kunci	208
4.2.2.26 Pena	208
4.2.2.27 Mug.....	209
4.2.2.28 Pin.....	210

4.2.2.29 Stiker.....	210
4.2.2.30 Mobil Operasional.....	211
4.2.2.31 Signage.....	212
4.2.2.32 Iklan Audio Visual 60 Detik	213

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	214
----------------------	-----

5.2. Saran.....	215
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA	217
----------------------	-----

LAMPIRAN	219
----------------	-----