

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Makna Judul	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Asumsi Dasar	5
1.6 Tujuan	6
1.7 Manfaat	7
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi	7
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan	7
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat	7

1.8 Metode Perancangan	8
1.8.1 Metode Pengumpulan Data	8
1.8.1.1 Data Lapangan	8
1.8.1.2 Data Kajian Literatur	10
1.8.1.3 Data Kajian Komunikasi Visual Acuan	13
1.8.2 Metode Analisa Data	15
1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif	15
1.8.2.2 Sintesis	16
1.9 Keangka Pemikiran Perancangan	18
1.10 Tempat dan Tahun Produksi	18
1.11 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	
2.1 Tinjauan Pustaka	20
2.1.1 Komunikasi	20
2.1.2 Komunikasi Masa	22
2.1.3 Pemasaran	25
2.1.4 Periklanan	27
2.1.5 Promosi	29
2.1.6 Media	30
2.1.7 Visual	33
2.1.8 Kebudayaan	34
2.1.9 Buku	36
2.1.10 Keraton Sumenep	38

2.1.11 Copy Writing	43
2.1.11.1 Head Line	45
2.1.11.2 Sub Head Line	47
2.1.11.3 Body Copy	48
2.1.12 Prinsip Desain	50
2.1.12.1 Irama	50
2.1.12.2 Kesederhanaan	52
2.1.12.3 Keseimbangan	54
2.1.12.4 Pusat Perhatian	56
2.1.12.5 Kesatuan	58
2.1.13 Aliran Gaya Desain dalam Dunia Grafis	59
2.1.14 Unsur Desain	66
2.1.14.1 Garis	66
2.1.14.2 Bidang	68
2.1.14.3 Bentuk	70
2.1.14.4 Warna	71
2.1.14.5 Ruang	72
2.1.14.6 Gelap Terang	78
2.1.14.7 Textur	80
2.1.14.8 Kompesi	81
2.1.14.9 Typografi	86
2.1.14.10 Lay-Out	90
2.1.14.11 Gambar Ilustrasi	92

2.2 Identifikasi Data Perusahaan	98
2.2.1 Data Perusahaan	98
2.2.1.1 Nama Perusahaan	98
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan	99
2.2.1.3 Visi dan Misi	99
2.2.1.4 Pemilik Saham	100
2.2.1.5 Departemen Perusahaan	100
2.2.1.6 Reputasi Perusahaan	101
2.2.1.7 Produk Perusahaan	101
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan	102
2.2.2 Data Produk	102
2.2.2.1 Merek Produk	102
2.2.2.2 Jenis Produk	103
2.2.2.3 Bentuk Produk	103
2.2.2.4 Spesifikasi Masing – masing Produk	104
2.2.2.5 Keunggulan Masing – masing Produk	105
2.2.2.6 Harga Masing – masing Produk	105
2.2.2.7 Segmentasi Pasar	106
2.2.2.8 Postioning Produk	106
2.2.2.9 Target Audience	106
2.2.2.10 Foto Produk	107
2.2.3 Data Pemasaran	108
2.2.3.1 Wilayah Pemasaran	108

2.2.3.2 Peluang Pemasaran	109
2.2.3.3 Strategi Pemasaran	109
2.2.4 Data Sarana Visual yang Ada	110
2.2.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal	110
2.2.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal	110
2.3 Identifikasi Data Kompetitor	111
2.3.1 Data Perusahaan	111
2.3.1.1 Nama Perusahaan	111
2.3.1.2 Filosofi Perusahaan	112
2.3.1.3 Visi dan Misi	112
2.3.1.4 Pemilik Saham	113
2.3.1.5 Departemen Perusahaan	114
2.3.1.6 Reputasi Perusahaan	114
2.3.1.7 Produk Perusahaan	115
2.3.1.8 Lokasi Perusahaan	115
2.3.2 Data Produk	116
2.3.2.1 Merek Produk	116
2.3.2.2 Jenis Produk	116
2.3.2.3 Bentuk Produk	116
2.3.2.4 Spesifikasi Masing – masing Produk	117
2.3.2.5 Keunggulan Masing – masing Produk	117
2.3.2.6 Harga Masing – masing Produk	117
2.3.2.7 Segmentasi Pasar	118

2.3.2.8 Postioning Produk	118
2.3.2.9 Target Audience	118
2.3.2.10 Foto Produk	119
2.3.3 Data Pemasaran	120
2.3.3.1 Wilayah Pemasaran	120
2.3.3.2 Peluang Pemasaran	120
2.3.3.3 Strategi Pemasaran	121
2.3.4 Data Sarana Visual yang Ada	121
2.3.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal	121
2.3.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal	122
2.4 Data Pendukung	122
2.4.1 Tabulasi Data Survey	122
2.4.2 Tabulasi Data Wawancara	123
2.4.3 Tabulasi Data Karya Acuan	124
2.5 Analisa Data	124
2.5.1 Analisa SWOT	124
2.5.2 USP	125
2.5.3 Postioning	126
2.5.4 Segmentasi Pasar	126
2.6 Asumsi Dasar	127
2.7 Sintesis	127
BAB III KONSEP PENCIPTAAN	
3.1 Konsep Pemasaran	128

3.1.1 Tujuan Pemasaran	129
3.1.2 Strategi Pemasaran	129
3.1.3 Tujuan Promosi	130
3.1.4 Strategi Promosi	131
3.1.5 Tujuan Periklanan	132
3.1.6 Strategi Periklanan	133
3.1.7 Biaya Periklanan	134
3.2 Konsep Media	136
3.2.1 Tujuan Media	137
3.2.2 Strategi Media	137
3.2.3 Panduan Media	138
3.2.3.1 Media Above The Line	139
3.2.3.2 Media Bellow The Line	139
3.2.3.3 Visual Mercendasing	140
3.2.4 Program Media	140
3.2.4.1 Buku Budaya	140
3.2.4.2 Exhibiting Display	163
3.2.4.3 Rack Display	164
3.2.4.4 Spanduk	163
3.2.4.5 Umbul – umbul	166
3.2.4.6 X-Banner	166
3.2.4.7 Poster	167
3.2.4.8 Hanging Mobile	168

3.2.4.9 Lafleat	169
3.2.4.10 Iklan Koran	170
3.2.4.11 Iklan Majalah	171
3.2.4.12 Iklan Audio Visual	172
3.2.4.13 Buku Catatan Kecil	173
3.2.4.14 Kartu Nama	174
3.2.4.15 Kartu Karyawan	175
3.2.4.16 Seragam Karyawan	175
3.2.4.17 T-shirt Karyawan	176
3.2.4.18 Shopping Bag	177
3.2.4.19 Kalender	178
3.2.4.20 Gantungan Kunci	179
3.2.4.21 Pena	180
3.2.4.22 Mug	181
3.2.4.23 Pin	182
3.2.4.24 Stiker	183
3.2.5 Biaya Media	184
3.3 Konsep Kreatif	188
3.3.1 Tujuan Kreatif	188
3.3.2 Strategi Kreatif	189
3.3.2.1 Target Audience	189
3.3.2.2 Upaya Pelestarian Cagar Budaya	190
3.3.2.3 Upaya Penyebaran Pengetahuan Masyarakat	191

3.3.2.4 Isi Konteks dalam Urutan BAB	192
3.3.2.5 Komponen Visual Sebagai Penguat Konteks ..	193
3.3.2.6 Ukuran Kertas	194
3.3.2.7 Jenis Kertas	194
3.3.2.8 Pewarnaan	195
3.3.2.9 Penjilidan	196
3.3.2.10 Pemakaian Gaya Desain	197
3.3.2.11 Positif dan Negatif	196
3.3.2.12 Jenis Huruf	196
3.3.2.13 Bentuk Huruf	197
3.3.2.14 Pemakaian Huruf Body Copy	197
3.3.2.15 Pemakaian Pada Huruf	197
3.3.2.16 Pemakaian Marigin	198
3.3.2.17 Pemakaian Spaci	198
3.3.2.18 Pemakaian Colom	198
3.3.2.19 Pemakaian Alignment	199
3.3.2.20 Penyelewengan / Kontans	199
3.3.2.21 Sumber Materi Konteks	199
3.3.3 Strategi Kreatif Sarana Komunikasi Visual	199
3.3.3.1 Target Audience	199
3.3.3.2 Isi Pesan	200
3.3.3.3 Estetis Filosofi	200
3.3.3.4 Pemakaian Gaya Desain	201

3.3.3.5 Bentuk Pesan	202
3.3.3.5.1 Pesan Verbal	202
3.3.3.5.2 Pesan Visual / Art Directing	204
3.3.3.6 Program Kreatif	212
3.3.3.7 Biaya Kreatif	213
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Kajian Komunikasi	215
4.1.1 Komunikator	215
4.1.2 Pesan	215
4.1.3 Media	216
4.1.4 Komunikan	216
4.1.5 Efek	217
4.1.6 Umpan Balik	217
4.2 Kajian Desain	217
4.2.1 Tahap Persiapan	217
4.2.1 Tahap Produksi	221
4.2.2.1 Tahap Produksi Desain Digital/ Pembuatan FA	221
4.2.2.2 Tahap Cetak	258
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	259
5.2 Saran	260
Daftar Pustaka	263

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Buku Kraton Jogja	14
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran Perancangan	18
Gambar 2.1	Contoh Headline	48
Gambar 2.2	Contoh Sub Headline	46
Gambar 2.3	Contoh Body Copy	50
Gambar 2.4	Contoh Irama	52
Gambar 2.5	Contoh Kesederhanaan	54
Gambar 2.6	Contoh Keseimbangan	56
Gambar 2.7	Contoh Pusat Perhatian	57
Gambar 2.8	Contoh Kesatuan	59
Gambar 2.9	Contoh Karya Avant Garde	60
Gambar 2.10	Contoh Karya Art Nouveau	61
Gambar 2.11	Contoh Karya Art Deco	62
Gambar 2.12	Contoh Karya De Stijl	63
Gambar 2.13	Contoh Karya Bauhaus	64
Gambar 2.14	Contoh Pop Art	65
Gambar 2.14	Macam-Macam Garis	68
Gambar 2.15	Contoh Gambar Bidang	70
Gambar 2.16	Contoh Gambar Bentuk 2D	71
Gambar 2.17	Contoh Gambar Bentuk 3D	71
Gambar 2.18	Warna Primer	75

Gambar 2.19 Warna Sekunder	75
Gambar 2.20 Warna Tersier	76
Gambar 2.21 Ruang	78
Gambar 2.22 Contoh Gelap Terang	79
Gambar 2.23 Tekstur	81
Gambar 2.24 Contoh Gambar Komposisi Simetris	83
Gambar 2.25 Contoh Gambar Komposisi Asimetris	84
Gambar 2.26 Contoh Gambar Komposisi Diagonal	85
Gambar 2.27 Contoh Gambar Layout	92
Gambar 2.27 Contoh Gambar Outline	94
Gambar 2.28 Contoh Gambar Arsir	95
Gambar 2.29 Contoh Gambar Blok	95
Gambar 2.30 Contoh Gambar Dot	96
Gambar 2.31 Contoh Gambar Goresan	97
Gambar 2.32 Gambar Produk Gramedia Pustaka Utama	107
Gambar 2.33 Gambar Departemen Perusahaan	114
Gambar 2.36 Contoh Gambar Andi Publisher	179
Gambar 3.1 Buku Keraton Sumenep	141
Gambar 3.2 Brainstorming	143
Gambar 3.3 Headline	145
Gambar 3.4 Subheadline	146
Gambar 3.5 Irama	147

Gambar 3.6	Keseimbangan	148
Gambar 3.7	Buku keraton Sumenep	149
Gambar 3.8	Kesatuan	149
Gambar 3.9	Ciri Art Nouveau	150
Gambar 3.10	Garis Khayal	151
Gambar 3.11	Bidang	152
Gambar 3.12	Warna	154
Gambar 3.13	Pemilihan Warna	155
Gambar 3.14	Gelap Terang	156
Gambar 3.15	Tekstur	157
Gambar 3.16	Layout	159
Gambar 3.17	Alternatif Penyederhanaan Logo	161
Gambar 3.18	Tahap Penciptaan Grafis Ukiran	162
Gambar 3.19	Exhibitioning Display	163
Gambar 3.20	Rack Display	164
Gambar 3.21	Spanduk	165
Gambar 3.22	Umbul-Umbul	166
Gambar 3.23	X-Banner	167
Gambar 3.24	Poster	168
Gambar 3.25	Hanging Mobile	169
Gambar 3.26	Leaflet	170
Gambar 3.27	Iklan Koran	171
Gambar 3.28	Iklan Majalah	172

Gambar 3.29 Iklan Audio Visual	173
Gambar 3.30 Buku Catatan Kecil	174
Gambar 3.31 Kartu Nama	174
Gambar 3.32 Kartu Karyawan	175
Gambar 3.33 Seragam Karyawan	176
Gambar 3.34 T-Shirt	177
Gambar 3.35 Shoping Bag	178
Gambar 3.36 Kalender	179
Gambar 3.37 Gambar Gantungan Kunci	180
Gambar 3.38 Gambar Pena	181
Gambar 3.39 Gambar Mug	182
Gambar 3.40 Gambar Pin	183
Gambar 3.41 Gambar Stiker	183
Gambar 3.42 Gambar Headline	203
Gambar 3.43 Keseimbangan Art nouveau	205
Gambar 3.44 Gambar Pusat Perhatian	206
Gambar 3.45 Gambar Kesatuan	206
Gambar 3.46 Gambar Bidang	207
Gambar 3.47 Gambar Bentuk	208
Gambar 3.48 Gambar Gelap Terang	210
Gambar 3.49 Gambar Tekstur	210
Gambar 4.1 Sketsa	220
Gambar 4.2 Alternatif	220

Gambar 4.3 Desain Terpilih	220
Gambar 4.4 Buku Keraton Sumenep	224
Gambar 4.5 Gambar Exhibition Display	224
Gambar 4.6 Gambar Spanduk	226
Gambar 4.7 Umbul-Umbul	227
Gambar 4.8 Gambar X-Benner	229
Gambar 4.9 Gambar Poster	231
Gambar 4.10 Gambar Hanging Mobile	232
Gambar 4.11 Gambar Leaflet	234
Gambar 4.12 Gambar Iklan Koran	236
Gambar 4.13 Gambar Iklan Majalah	237
Gambar 4.14 Gambar Audio Visual	239
Gambar 4.15 Gambar Buku Catatan Kecil	240
Gambar 4.16 Gambar Kartu Nama	242
Gambar 4.17 Gambar Kartu Karyawan	244
Gambar 4.18 Gambar Seragam Karyawan	246
Gambar 4.19 Gambar T-Shirt Karyawan	246
Gambar 4.20 Gambar Shopping Bag	248
Gambar 4.21 Gambar Kalender	250
Gambar 4.22 Gambar Gantungan Kunci	251
Gambar 4.23 Gambar Pena	252
Gambar 4.24 Gambar Mug	253
Gambar 4.25 Gambar Pin	255

Gambar 4.26 Gambar Stiker 256

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keraton – Kraton di Indonesia	34
Tabel 3.1 Daftar Tabel Pembiayaan Iklan MNC Grup	133
Tabel 3.2 Daftar Tabel Bulan Pertama	212
Tabel 3.3 Daftar Tabel Bulan Kedua	212
Tabel 3.4 Daftar Tabel Bulan ke Tiga.....	213