

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG.....	iv
HALAMAN PERNYATAAAN ORISINALITAS MATERI.....	vi
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
ABSTRAK.....	xv
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Asumsi Dasar.....	4
1.6 Tujuan.....	4
1.7 Manfaat.....	5
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi.....	5
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	5
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat.....	5
1.8 Metode Perancangan.....	5
1.8.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.8.1.1 Data Lapangan.....	6
(1) Data Observasi.....	6

(2) Data Wawancara.....	6
1.8.1.2 Data Kajian Literatur.....	7
(1) Media Cetak.....	7
(2) Media Elektronik.....	7
(3) Dokumentasi.....	8
1.8.1.3 Data Kajian Komunikasi Visual Acuan.....	9
(1) Alasan Pemilihan.....	9
(2) Keistimewaan.....	9
1.8.2 Metode Analisa Data.....	10
1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif.....	10
1.8.2.2 Analisa SWOT.....	10
1.8.2.3 Sintesis.....	12
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan.....	13
1.10 Tempat dan Tahun Produksi.....	13
1.11 Sistematika Penulisan.....	14

## II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA

2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Komunikasi.....	16
2.1.2 Komunikasi Massa.....	18
2.1.3 Pemasaran.....	19
2.1.4 Periklanan.....	19
2.1.5 Media.....	20
2.1.6 Visual.....	20
2.1.7 Perusahaan.....	21

2.1.8 Copy Writing.....	22
2.1.8.1 Head Line.....	22
2.1.8.2 Sub Headline.....	23
2.1.8.3 Body Copy.....	24
2.1.9 Prinsip Desain.....	25
2.1.9.1 Irama.....	25
2.1.9.2 Kesederhanaan.....	26
2.1.9.3 Keseimbangan.....	27
2.1.9.4 Pusat Perhatian.....	28
2.1.9.5 Kesatuan.....	30
2.1.10 Gaya Desain.....	31
2.1.11 Unsur Desain.....	60
2.1.11.1 Garis.....	61
2.1.11.2 Bidang.....	61
2.1.11.3 Bentuk.....	62
2.1.11.4 Warna.....	68
2.1.11.5 Ruang.....	69
2.1.11.6 Gelap Terang.....	69
2.1.11.7 Tekstur.....	70
2.1.11.8 Komposisi.....	70
2.1.11.9 Typografi.....	70
2.1.11.10 Layout.....	71
2.1.11.11 Gambar / Ilustrasi.....	71
2.2 Identifikasi Data Perusahaan.....	71
2.2.1 Data Perusahaan.....	71

2.2.1.1	Nama Perusahaan.....	71
2.2.1.2	Visi dan Misi.....	72
2.2.1.3	Pemilik Saham.....	72
2.2.1.4	Reputasi Perusahaan.....	72
2.2.1.5	Produk Perusahaan.....	73
2.2.1.6	Lokasi Perusahaan.....	73
2.2.2	Data Produk.....	73
2.2.2.1	Merk Produk.....	73
2.2.2.2	Jenis Produk.....	73
2.2.2.3	Bentuk Produk.....	73
2.2.2.4	Spesifikasi Masing-masing Produk.....	73
2.2.2.5	Keunggulan Masing-masing Produk.....	78
2.2.2.6	Harga Masing-masing Produk.....	79
2.2.2.7	Segmentasi Pasar.....	79
2.2.2.8	Positioning Produk.....	79
2.2.2.9	Target Audience.....	79
2.2.2.10	Foto Produk.....	80
2.2.3	Data Pemasaran.....	83
2.2.3.1	Wilayah Pemasaran.....	83
2.2.3.2	Peluang Pemasaran.....	83
2.2.3.3	Strategi Pemasaran.....	84
2.2.4	Data Sarana Visual yang Ada.....	84
2.2.4.1	Sarana Komunikasi Visual Eksternal.....	84
2.2.4.2	Sarana Komunikasi Visual Internal.....	85
2.3	Identifikasi Data Kompetitor.....	87

2.3.1	Data Perusahaan.....	87
2.1.1.1	Nama Perusahaan.....	87
2.1.1.2	Visi dan Misi.....	87
2.1.1.3	Pemilik Saham.....	87
2.1.1.4	Reputasi Perusahaan.....	88
2.1.1.5	Produk Perusahaan.....	88
2.1.1.6	Lokasi Perusahaan.....	88
2.1.2	Data Produk.....	89
2.1.2.1	Merk Produk.....	89
2.1.2.2	Jenis Produk.....	89
2.1.2.3	Bentuk Produk.....	89
2.1.2.4	Spesifikasi Masing-masing Produk.....	89
2.1.2.5	Keunggulan Masing-masing Produk.....	96
2.1.2.6	Harga Masing-masing Produk.....	96
2.1.2.7	Segmentasi Pasar.....	96
2.1.2.8	Positioning Produk.....	96
2.1.2.9	Target Audience.....	97
2.1.2.10	Foto Produk.....	97
2.1.3	Data Pemasaran.....	98
2.1.3.1	Wilayah Pemasaran.....	99
2.1.3.2	Peluang Pemasaran.....	99
2.1.3.3	Strategi Pemasaran.....	99
2.1.4	Data Sarana Visual yang Ada.....	99
2.1.4.1	Sarana Komunikasi Visual Eksternal.....	100
2.1.4.2	Sarana Komunikasi Visual Internal.....	101

2.2	Data Pendukung.....	101
2.2.1	Tabulasi Data Survey.....	102
2.2.2	Tabulasi Data Wawancara.....	103
2.2.3	Tabulasi Data Karya Acuan.....	104
2.3	Analisa Data.....	104
2.3.1	Analisa SWOT.....	104
2.3.2	USP.....	106
2.3.3	Positioning.....	107
2.3.4	Segmentasi Pasar.....	107
2.4	Asumsi Dasar.....	107
2.5	Sintesis.....	107

### III KONSEP PENCIPTAAN

3.1	Konsep Pemasaran.....	108
3.1.1	Tujuan Pemasaran.....	108
3.1.2	Strategi Pemasaran.....	108
3.1.3	Tujuan Promosi.....	108
3.1.4	Strategi Promosi.....	109
3.1.5	Tujuan Periklanan.....	109
3.1.6	Strategi Periklanan.....	109
3.1.7	Biaya Periklanan.....	109
3.2	Konsep Media.....	111
3.2.1	Tujuan Media.....	111
3.2.2	Strategi Media.....	111
3.2.3	Paduan Media.....	112

3.2.3.1 Media Above The Line.....	112
3.2.3.2 Media Below The Line.....	112
3.2.3.3 Visual Merchandising.....	113
3.2.4 Program Media.....	114
3.2.4.1 Exhibiton Display.....	114
3.2.4.2 Rack Display.....	114
3.2.4.3 Spanduk.....	114
3.2.4.4 Umbul-umbul.....	115
3.2.4.5 Billboard.....	115
3.2.4.6 X-Banner.....	116
3.2.4.7 Poster.....	116
3.2.4.8 Hanging Mobile.....	116
3.2.4.9 Leaflet.....	117
3.2.4.10 Iklan Koran.....	117
3.2.4.11 Iklan Majalah.....	118
3.2.4.12 Iklan Audio Visual.....	118
3.2.4.13 Folder / Map.....	119
3.2.4.14 Amplop dan Kop Surat.....	120
3.2.4.15 Notes.....	120
3.2.4.16 Kartu Nama.....	121
3.2.4.17 Kartu Karyawan.....	121
3.2.4.18 Kemeja Karyawan.....	122
3.2.4.19 T-Shirt.....	122
3.2.4.20 Shopping Bag.....	122
3.2.4.21 Special Packaging Design.....	123

3.2.4.22	Kalender.....	124
3.2.4.23	Gantungan Kunci.....	124
3.2.4.24	Pena.....	125
3.2.4.25	Mug.....	125
3.2.4.26	Pin.....	125
3.2.4.27	Sticker.....	126
3.2.4.28	Desain Mobil Operasional.....	126
3.2.5	Biaya Media.....	126
3.3	Konsep Kreatif.....	132
3.3.1	Tujuan Kreatif.....	132
3.3.2	Strategi Kreatif.....	133
3.3.2.1	Target Audience.....	133
3.3.2.2	Isi Pesan.....	134
3.3.2.3	Estetis Filosofis.....	134
3.3.2.4	Pemakaian Gaya Desain.....	135
3.3.2.5	Bentuk Pesan.....	135
3.3.2.5.1	Pesan Verbal / Copy Writing.....	135
	(1) Headline.....	136
	(2) Sub Headline.....	136
	(3) Body Copy.....	136
3.3.2.5.2	Pesan Non Verbal.....	136
3.3.2.6	Program Kreatif.....	143
3.3.2.7	Biaya Kreatif.....	144

#### IV APLIKASI DESAIN



4.1 Tinjauan Komunikasi.....	146
4.1.1 Komunikator.....	146
4.1.2 Pesan.....	146
4.1.3 Media.....	146
4.1.4 Komunikan.....	147
4.1.5 Efek.....	147
4.1.6 Umpan Balik.....	147
4.2 Kajian Desain.....	147
4.2.1 Tahap Persiapan.....	148
4.2.2 Tahap Produksi.....	151
4.2.2.1 FA / Bersifat Master.....	151
4.2.2.2 Tahap Cetak.....	184

#### IV APLIKASI DESAIN

5.1 Kesimpulan.....	185
5.2 Saran.....	185