

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Persncangan .....	8
1.5 Manfaat Perancangan.....	8
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	9
1.7 Kerangka Pemikiran.....	11
1.8 Skematika Perancangan.....	13
1.9 Tempat dan Tahun Produksi.....	14

## LANDASAN TEORI dan DATA

2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Komunikasi.....	15
2.1.1.1 Pengertian Komunikasi.....	17
2.1.1.2 Fungsi Komunikasi.....	18
2.1.1.3 Unsur-unsur Komunikasi.....	19
2.1.2 Komunikasi massa.....	21
2.1.2.1 Teori Komunikasi Massa.....	22
2.1.2.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	24
2.1.2.3 Unsur Komunikasi Massa.....	27
2.1.3 Media Komunikasi.....	29
2.1.3.1 Pengertian Media Komunkasi.....	29
2.1.3.2 Jenis-Jenis Media Komunikasi.....	31
2.1.3.3 Fungsi Media Komunikasi.....	33
2.1.4 Media Cetak.....	34
2.1.4.1 Pengertian Media Cetak.....	34
2.1.4.2 Ciri-Ciri Media Cetak.....	36
2.1.4.3 Fungsi Media Cetak.....	36

2.1.5 Buku..	38
2.1.5.1 Pengertian Buku.....	38
2.1.5.2 Anatomi Buku.....	39
2.1.6 Kebudayaan Betawi.....	42
2.1.7 Copywriting.....	50
2.1.7.1 Fungsi Copywriting.....	51
2.1.7.2 Unsur-Unsur Copywriting.....	52
2.1.8 Desain Komunikasi Visual.....	53
2.1.8.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	54
2.1.8.2 Tujuan Desain Kounikasi Visual.....	55
2.1.8.3 Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	57
2.1.9 Unsur Desain.....	59
2.1.9.1 Titik.....	59
2.1.9.2 Bidang.....	61
2.1.9.3 Bentuk.....	64
2.1.9.4 Ruang.....	66
2.1.9.5 Warna.....	67
2.1.9.6 Gelap Terang.....	74

2.1.9.7	Tekstur.....	75
2.1.9.8	Komposisi.....	76
2.1.10	Semiotika.....	79
2.1.11	Tipografi.....	81
2.1.12	Layout.....	84
2.1.13	Ilustrasi.....	86
2.1.14	Gaya Desain.....	90
2.1.15	Proses Produksi.....	93
2.2	Identifikasi Data Perusahaan.....	95
2.2.1	Data Perusahaan.....	95
2.2.1.1	Nama Perusahaan.....	96
2.2.1.2	Visi dan Misi.....	97
2.2.1.3	Sumber Daya Manusia.....	98
2.2.1.4	Departemen.....	99
2.2.1.5	Fungsi Perusahaan.....	102
2.2.1.6	Lokasi Perusahaan.....	102
2.2.3	Data Produk.....	103
2.2.2.1	Jenis Produk.....	103

2.2.2.2 Nama Produk.....	103
2.2.2.3 Spesifikasi Produk.....	104
2.2.2.4 Harga Produk.....	104
2.2.2.5 Positioning Produk.....	104
2.2.2.6 Target Audience Produk.....	105
2.2.2.7 Foto Produk.....	105
2.2.3 Data Pemasaran.....	106
2.2.3.1 Strategi Pemasaran.....	106
2.2.3.2 Wilayah Pemasaran.....	107
2.2.3.3 Potensi pasar Pemasaran.....	107
2.2.3.4 Peluang Pasar.....	108
2.2.4 Data Komunikasi Visual.....	108
2.2.4.1 Sarana Promosi Komunikasi Visual Eksternal....	109
2.2.4.2 Sarana Promosi Komunikasi Visual Internal....	109
2.3 Identifikasi Data Kompetitor.....	110
2.4 Data Survey dan Wawancara.....	110
2.4.1 Tabulasi Data Survey.....	111
2.4.2 Tabulasi Data Wawancara.....	111

2.4.3 Analisa Data Survey dan Wawancara.....	112
2.4.4 Asumsi Dasar Analisa.. .....	112
2.5 Analisa Data.....	112
2.2.7 Analisa SWOT.....	113
2.2.8 Posting UPS.....	115
2.5.4 Kesimpulan Analisa.....	115

## **Konsep Penciptaan**

3.1 Perencanaan Pemasaran.....	117
3.1.1 Tujuan Pemasaran.....	118
3.1.2 Strategi Pemasaran.....	118
3.1.2.1 Target Pasar.....	119
3.1.2.2 Paduan Pemasaran.....	120
3.2 Perancangan Promosi.....	122
3.2.1 Tujuan Promosi.....	122
3.2.2 Strategi Komunkasi .....	123
3.2.2.1 Khalayak Sasaran .....	125
3.2.2.2 Paduan Promosi.....	125
3.3 Perencanaan Periklanan.....	126

3.3.1 Tujuan Periklanan.....	127
3.3.2 Strategi Periklanan.....	128
3.3.2.1 Khalayak Sasaran.....	129
3.3.2.2 Paduan Media.....	129
3.3.2.2.1 Exhibition Display.....	129
3.3.2.2.2 Rack Display.....	130
3.3.2.2.3 Iklan Audio Visual.....	131
3.3.2.2.4 Poster.....	132
3.3.2.2.5 Spanduk.....	133
3.3.2.2.6 Flyer.....	134
3.3.2.2.7 Banner.....	135
3.3.2.2.8 Iklan Media Massa.....	136
3.3.2.2.9 Iklan Koran.....	136
3.3.2.2.10 Iklan Majalah.....	137
3.3.2.2.11 Pin.....	138
3.3.2.2.12 Gantungan Kunci.....	140
3.3.2.2.13 Mug.....	140
3.3.2.2.14 Pembatas Buku.....	141

3.3.2.2.15 Gody Bag.....	142
3.3.2.2.16 Pena.....	142
3.3.2.2.17 Kalender.....	143
3.3.2.2.18 Stiker.....	144
3.3.2.2.19 Jam Dinding.....	145
3.3.2.2.20 Baju Karyawan.....	146
3.4 Konsep Kreatif.....	147
3.4.1 Tujuan Konsep Kreatif.....	147
3.4.1.1 Ukuran Kertas.....	147
3.4.1.2 Jenis Kertas.....	148
3.4.1.3 Perwarnaan.....	148
3.4.1.4 Pemakaian Gaya desain.....	148
3.4.1.5 Jenis Huruf.....	148
3.4.1.6 Pemakaian Pada Ukuran Huruf.....	149

## **Desain dan Aplikasi**

4.1 Tinjau Komunikasi.....	151
4.1.2 Pesan.....	152
4.1.3 Media.....	153



4.1.4 Komunikasikan .....	153
4.1.4 Efek.....	154
4.1.6 Umpan Balik.....	155
4.2 kajian Desain.....	155
4.2.1 Tahapan Persiapan.....	156
4.2.2 Tahapan Produksi .....	163
4.2.2.1 Fa/ Bersifat Master.....	164

## **Kesimpulan dan Saran**

5.1 Kesimpulan dan Saran.....	214
5.1.1 Simpulan.....	214
5.1.2 Saran.....	215
Daftar Pustaka.....	216