

# 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.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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.....	6
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 .....	7
1.8.1 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.8.1.1 Data Lapangan.....	7
1.8.1.2 Data Kajian Literatur .....	8
1.8.1.3 Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan ....	10
1.8.2 Metode Analisa Data .....	11
1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif.....	11
1.8.1.2 Analisa SWOT.....	12
1.8.1.3 Sintesis.....	13
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan.....	14
1.10 Tempat dan Tahun Produksi .....	15
1.11 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA .....</b>	<b>17</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17

2.1.1 Komunikasi .....	17
2.1.2 Komunikasi Massa.....	19
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	20
2.1.2.2 Ciri – ciri Komunikasi Massa .....	21
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	23
2.1.3 Pemasaran.....	25
2.1.4 Promosi.....	26
2.1.5 Periklanan .....	26
2.1.6 Media .....	28
2.1.7 Visual .....	29
2.1.8 Perusahaan.....	31
2.1.8 Copy Writing .....	32
2.1.8.1 Head line .....	33
2.1.8.2 Sub Head line.....	34
2.1.8.3 Body Copy.....	35
2.1.9 Prinsip Desain.....	35
2.1.9.1 Kesatuan .....	36
2.1.9.2 Irama .....	36
2.1.9.3 Keseimbangan .....	37
2.1.9.4 Proporsi .....	38

2.1.10 Aliran Gaya Desain dalam Desain Grafis .....	38
2.1.11 Unsur Desain .....	54
2.1.11.1 Garis .....	55
2.1.11.2 Bidang .....	59
2.1.11.3 Bentuk .....	61
2.1.11.4 Warna .....	63
2.1.11.5 Ruang .....	72
2.1.11.6 Gelap Terang .....	73
2.1.11.7 Tekstur .....	74
2.1.11.8 Komposisi .....	75
2.1.11.9 Tipografi .....	85
2.1.11.10 Layout .....	89
2.1.11.11 Gambar/ Ilustrasi .....	91
2.2 Analisa Data .....	93
2.2.1 Gambaran Institusi .....	93
2.2.1.1 Sejarah BDL Papaya .....	93
2.2.1.2 Visi dan Misi .....	96
2.2.1.3 Tugas Pokok & Fungsi .....	96
2.2.1.4 Pemilik Saham .....	96
2.2.1.5 Departemen Perusahaan .....	97

2.2.1.6 Produk Perusahaan .....	97
2.2.1.7 Lokasi Perusahaan .....	98
2.2.2 Data Produk .....	98
2.2.2.1 Merk Produk .....	98
2.2.2.2 Jenis Produk.....	98
2.2.2.3 Bentuk Produk.....	99
2.2.2.4 Spesifikasi Produk.....	99
2.2.2.5 Harga Produk .....	99
2.2.3 Segmentasi Pasar .....	99
2.2.3.1 Positioning Produk .....	100
2.2.3.2 Target Audience .....	100
2.2.4 Data Sarana Visual yang Ada.....	100
2.2.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal .....	100
2.2.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal .....	101
2.3 Identitas Data Kompetitor .....	101
2.3.1 Gambaran Institusi.....	101
2.3.1.1 Sejarah PT Galenium Pharmasia (JF Sulfur) ..	101
2.3.1.2 Visi dan Misi .....	103
2.3.1.3 Tugas Pokok & Fungsi .....	103
2.3.1.4 Pemilik Saham .....	103

2.3.1.5 Departemen Perusahaan .....	104
2.3.1.6 Produk Perusahaan .....	104
2.3.1.7 Lokasi Perusahaan .....	104
2.3.2 Data Produk .....	104
2.3.2.1 Merk Produk .....	105
2.3.2.2 Jenis Produk.....	105
2.3.2.3 Bentuk Produk.....	105
2.3.2.4 Spesifikasi Produk.....	105
2.3.2.5 Harga Produk .....	106
2.3.3 Segmentasi Pasar .....	106
2.3.3.1 Positioning Produk .....	106
2.3.3.2 Target Audience .....	107
2.3.4 Data Sarana Visual yang Ada.....	107
2.3.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal .....	107
2.3.4.3 Sarana Komunikasi Visual Internal .....	107
2.4 Analisa Data .....	107
2.4.1 Analisa SWOT .....	108
2.4.2 USP (Unique Selling Proposition).....	109
2.4.3 Positioning .....	109

<b>BAB III KONSEP PENCIPTAAN .....</b>	<b>111</b>
3.1 Konsep Pemasaran .....	111
3.1.1 Tujuan Pemasaran .....	111
3.1.2 Strategi Pemasaran .....	111
3.1.3 Tujuan Promosi.....	113
3.1.4 Strategi Promosi .....	114
3.1.5 Tujuan Periklanan.....	115
3.1.6 Strategi Periklanan .....	115
3.2 Konsep Media.....	116
3.2.1 Tujuan Media .....	117
3.2.2 Strategi Media.....	118
3.2.3 Panduan Media.....	119
3.2.3.1 Media Above The Line .....	119
3.2.3.2 Media Below The Line.....	119
3.2.3.3 Visual Merchandising .....	120
3.2.4 Program Media .....	121
3.2.4.1 Kop Surat & Amplop.....	121
3.2.4.2 Kartu Identitas Karyawan .....	122
3.2.4.3 Seragam Karyawan.....	122
3.2.4.4 Folder Map .....	123

3.2.4.5 Kartu Nama .....	124
3.2.4.6 Kalender .....	124
3.2.4.7 Shopping Bag.....	125
3.2.4.8 T-shirt .....	126
3.2.4.9 Mug.....	127
3.2.4.10 Ballpoint.....	127
3.2.4.11 Pin .....	128
3.2.4.12 Stiker .....	128
3.2.4.13 Notebook .....	129
3.2.4.14 Gantungan Kunci.....	129
3.2.4.15 Iklan Majalah .....	130
3.2.4.16 Iklan Koran .....	131
3.2.4.17 Billboard .....	131
3.2.4.18 Bumper Iklan Audio Visual .....	132
3.2.4.19 Brosur .....	132
3.2.4.20 Spanduk .....	133
3.2.4.21 X-banner.....	134
3.2.4.22 Hanging Mobile .....	134
3.2.4.23 Umbul-umbul .....	135
3.2.4.24 Poster .....	136



3.2.4.25 Stand Pameran .....	136
3.2.4.26 Rak Display .....	137
3.2.4.27 Flyer.....	138
3.2.4.28 Mobil.....	138
3.2.5 Biaya Media .....	139
3.3 Konsep Kreatif .....	143
3.3.1 Tujuan Kreatif.....	143
3.3.2 Strategi Kreatif Rancangan Ulang Identitas Visual .....	144
3.3.2.1 Target Audience .....	144
3.3.2.2 Isi Pesan.....	144
3.3.2.3 Estetis Filosofis .....	145
3.3.2.4 Pemakaian Gaya Desain .....	146
3.3.2.2 Bentuk Pesan .....	146
3.3.2.2.1 Pesan Verbal/ Copywriting.....	146
3.3.2.2.2 Pesan Non Verbal/ Visual/ Art Directing .....	148

**BAB IV APLIKASI DESAIN..... 158**

4.1 Kajian Komunikasi .....	158
4.1.1 Komunikator.....	158

4.1.2 Pesan .....	158
4.1.3 Media .....	159
4.1.4 Komunikasikan .....	159
4.1.5 Efek.....	160
4.1.6 Umpan Balik.....	160
4.2 Tahap Persiapan .....	160
4.2.2 Tahap Produksi.....	161
4.2.2.1 Tahap Produksi Desain Digital.....	162
4.2.2 Tahap Cetak .....	208
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>209</b>
5.1 Kesimpulan .....	209
5.2 Saran .....	209
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>211</b>
<b>LAMPIRAN</b>	