

# 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
<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.....	6
1.5 Asumsi Dasar .....	6

1.6 Tujuan .....	6
1.7 Manfaat .....	7
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi.....	7
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan .....	8
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat .....	8
1.8 Metode Perancangan .....	8
1.8.1 Data Lapangan .....	8
1.8.1.1 Data Lapangan .....	8
1.8.1.2 Data Kajian Literatur .....	9
1.8.1.3 Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan.....	11
1.8.2 Metode Analisa Data.....	13
1.8.2.1 Metode Analisa Data Kualitatif .....	14
1.8.1.2 Analisa SWOT .....	14
1.8.1.3 Sintesis .....	16
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan .....	16
1.10 Tempat dan Tahun Produksi.....	17
1.11 Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	19
2.1.1 Komunikasi .....	19

2.1.2 Komunikasi Massa.....	21
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	21
2.1.2.2 Ciri – ciri Komunikasi Massa .....	23
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	25
2.1.3 Perusahaan .....	27
2.1.4 Pemasaran .....	28
2.1.5 Promosi.....	29
2.1.6 Periklanan .....	30
2.1.7 Media .....	32
2.1.7.1 Above The Line (ATL).....	33
2.1.7.2 Above The Line (ATL).....	36
2.1.8 Visual .....	37
2.1.9 Identitas Visual.....	39
2.1.10 Copy Writing .....	40
2.1.10.1 Head line.....	42
2.1.10.2 Sub Head line .....	43
2.1.10.3 Body Copy .....	43
2.1.11 Prinsip Desain.....	44
2.1.11.1 Irama.....	44
2.1.11.2 Kesederhanaan.....	46

2.1.11.3 Keseimbangan .....	47
2.1.11.4 Pusat Perhatian .....	48
2.1.11.3 Kesatuan.....	49
2.1.12 Gaya Desain .....	50
2.1.13 Art Directing .....	71
2.1.13.1 Garis .....	71
2.1.13.2 Bidang.....	74
2.1.13.3 Bentuk.....	77
2.1.13.4 Warna .....	80
2.1.13.5 Ruang .....	91
2.1.13.6 Gelap Terang.....	92
2.1.13.7 Tekstur .....	94
2.1.13.8 Komposisi .....	96
2.1.13.9 Tipografi.....	107
2.1.13.10 Layout .....	112
2.1.13.11 Gambar/ Ilustrasi.....	114
2.2 Analisa Data Perusahaan .....	116
2.2.1 Gambaran Institusi.....	116
2.2.1.1 Nama Perusahaan .....	116
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan .....	116

2.2.1.3 Visi & Misi .....	118
2.2.1.4 Pemilik Perusahaan .....	118
2.2.1.5 Departemen Perusahaan .....	119
2.2.1.6 Reputasi Perusahaan .....	119
2.2.1.7 Produk Perusahaan .....	120
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan .....	120
2.2.2 Data Produk.....	121
2.2.2.1 Merk Produk (Brand Name) .....	121
2.2.2.2 Jenis Produk .....	122
2.2.2.3 Bentuk Produk .....	122
2.2.2.4 Spesifikasi Masing-Masing Produk .....	122
2.2.2.5 Keunggulan Masing-masing Produk .....	124
2.2.2.6 Harga Masing-masing Produk.....	125
2.2.2.7 Segmentasi Pasar.....	126
2.2.2.8 Positioning Produk .....	127
2.2.2.9 Target Audience.....	128
2.2.2.10 Foto Produk .....	128
2.2.3 Data Pemasaran .....	128
2.2.3.1 Wilayah Pemasaran.....	129
2.2.3.2 Peluang Pemasaran .....	129

2.2.3.3 Strategi Pemasaran .....	129
2.2.4 Data Sarana Visual yang Ada .....	130
2.2.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal .....	131
2.2.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal .....	131
2.3 Identifikasi Data Kompetitor .....	132
2.3.1 Data Perusahaan .....	132
2.3.1.1 Nama Perusahaan .....	132
2.3.1.2 Filosofi Perusahaan .....	132
2.3.1.3 Visi dan Misi.....	133
2.3.1.4 Pemilik Saham .....	133
2.3.1.5 Departemen Perusahaan.....	133
2.3.1.6 Reputasi Perusahaan .....	134
2.3.1.7 Produk Perusahaan .....	134
2.3.1.8 Lokasi Perusahaan .....	135
2.3.2 Data Produk.....	135
2.3.2.1 Merek Produk (Brand Name) .....	136
2.3.2.2 Jenis Produk .....	136
2.3.2.3 Bentuk Produk .....	136
2.3.2.4 Spesifikasi Masing-masing Produk .....	137
2.3.2.5 Keunggulan Masing-masing Produk .....	138

2.3.2.6 Harga Masing-masing Produk.....	139
2.3.2.7 Segmentasi Pasar.....	140
2.3.2.8 Positioning Produk.....	141
2.3.2.9 Target Audiance.....	142
2.3.2.10 Foto Produk .....	142
2.3.3 Data Pemasaran.....	142
2.3.3.1 Wialayah Pemasaran.....	143
2.3.3.2 Peluang Pemasaran .....	143
2.3.3.3 Strategi Pemasaran .....	144
2.3.4 Data Sarana yang Ada.....	144
2.3.4.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal .....	145
2.3.4.2 Sarana Komunikasi Visual Internal .....	145
2.4 Data Pendukung .....	145
2.4.1 Tabulasi Data Survey.....	146
2.5 Analisa Data .....	146
2.5.1 Analisa SWOT .....	146
2.5.2 USP (Unique Selling Propostion).....	147
2.5.3 Positioning .....	148
2.5.4 Segmentasi Pasar.....	148
2.6 Asumsi Dasar .....	149

2.7 Sintesis .....	150
<b>BAB III KONSEP PENCIPTAAN .....</b>	<b>151</b>
3.1 Konsep Pemasaran .....	151
3.1.1 Tujuan Pemasaran.....	152
3.1.2 Strategi Pemasaran .....	153
3.1.3 Tujuan Promosi.....	156
3.1.4 Strategi Promosi .....	156
3.1.5 Tujuan Periklanan.....	157
3.1.6 Strategi Periklanan.....	158
3.2 Konsep Media.....	159
3.2.1 Tujuan Media .....	160
3.2.2 Strategi Media.....	160
3.2.3 Paduan Media.....	161
3.2.3.1 Media Above The Line .....	162
3.2.3.2 Media Below The Line .....	162
3.2.3.3 Visual Merchandising.....	163
3.2.4 Program Media .....	163
3.2.4.1 Exhibition Display.....	164
3.2.4.2 Rack Display .....	164
3.2.4.3 Spanduk.....	165



3.2.4.4 Umbul-umbul.....	165
3.2.4.5 Billboard.....	166
3.2.4.6 X-Banner.....	167
3.2.4.7 Poster .....	168
3.2.4.8 Hanging Mobile .....	169
3.2.4.9 Leaflet .....	169
3.2.4.10 Iklan Koran.....	170
3.2.4.11 Iklan Majalah.....	170
3.2.4.12 Iklan Audio Visual .....	171
3.2.4.13 Folder/Map.....	172
3.2.4.14 Amplop dan Kop Surat.....	173
3.2.4.15 Buku Catatan Kecil .....	173
3.2.4.16 Kartu Nama.....	174
3.2.4.17 Kartu Karyawan .....	175
3.2.4.18 Kemeja Karyawan.....	176
3.2.4.19 T-Shirt .....	176
3.2.4.20 Kalender .....	177
3.2.4.21 Gantungan Kunci .....	178
3.2.4.22 Pulpen.....	178
3.2.4.23 Mug.....	179

3.2.4.24 Pin.....	180
3.2.4.25 Stiker.....	180
3.2.4.26 Desain Mobil Operasional.....	181
3.2.4.27 Website.....	182
3.2.5 Biaya Media.....	182
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 Isi Pesan.....	190
3.3.2.3 Estetis Filosofis.....	190
3.3.2.4 Pemakaian Gaya Desain.....	191
3.3.2.5 Bentuk Pesan.....	191
3.3.2.5.1 Pesan Verbal/ <i>Copy Writing</i> .....	192
3.3.2.5.2 Pesan Non Verbal/Visual/Art Directing.....	194
3.3.2.6 Program Kreatif.....	211
<b>BAB IV APLIKASI DESAIN.....</b>	<b>212</b>
4.1 Kajian Komunikasi.....	212
4.1.1 Komunikator.....	212
4.1.2 Pesan.....	213

4.1.3 Media .....	213
4.1.4 Komunikasikan .....	214
4.1.5 Efek.....	214
4.1.6 Umpan Balik .....	215
4.2 Kajian Desain .....	215
4.2.1 Tahap Persiapan.....	216
4.2.1.1 Sketsa Terpilih Desain Manual.....	217
4.2.2 Tahap Produksi.....	229
4.2.2.1 Tahap Produksi Desain Digital/Pembuatan FA ..	229
4.2.2.2 Tahap Produksi Lapangan .....	277
4.2.3 Tahap Finishing .....	278
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>280</b>
5.1 Kesimpulan.....	280
5.2 Saran.....	280
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>282</b>
<b>LAMPIRAN</b>	