

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Asumsi Dasar.....	9
1.6 Tujuan.....	10
1.7 Manfaat.....	11

1.7.1 Manfaat Bagi Institusi	11
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	11
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat	11
1.8 Metode Perancangan	12
1.8.1 Metode Pengumpulan Data.....	12
1.8.1.1 Data Lapangan.....	13
1.8.1.2 Data Kajian Litelatur	14
1.8.1.3 Data Karya Kajian Komunikasi Visual Acuan.....	16
1.8.2 Metode Analisa Data	19
1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif.....	20
1.8.2.2 Analisa SWOT	20
1.8.2.3 Sintesis	23
1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan.....	24
1.10 Tempat dan Tahun Produksi.....	24
1.11 Sistematika Penulisan	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	27
2.1 Tinjauan Pustaka	27
2.1.1 Komunikasi.....	27
2.1.2 Komunikasi Massa	29
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	30

2.1.2.2 Ciri – ciri Komunikasi Massa	31
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	34
2.1.3 Perusahaan	38
2.1.4 Pemasaran	40
2.1.5 Promosi	42
2.1.6 Periklanan.....	43
2.1.7 Media.....	45
2.1.7.1 Media Above The Line (ATL)	47
2.1.7.2 Media Below The Line (BTL).....	49
2.1.7.3 Visual Merchandising (VM)	50
2.1.8 Visual.....	52
2.1.9 Corporate Identity.....	53
2.1.10 Copy Writing.....	54
2.1.9.1 Headline	55
2.1.9.2 Sub Headline.....	56
2.1.9.3 Body Copy.....	57
2.1.11 Prinsip Desain	58
2.1.10.1 Irama	58
2.1.10.2 Kesederhanaan.....	59
2.1.10.3 Keseimbangan	60

2.1.10.4 Pusat Perhatian.....	61
2.1.10.5 Kesatuan	63
2.1.12 Aliran Gaya Desain Dalam Desain Grafis.....	64
2.1.13 Art Directing.....	84
2.1.13.1 Garis	84
2.1.13.2 Bidang	87
2.1.13.3 Bentuk	89
2.1.13.4 Warna	92
2.1.13.5 Ruang.....	104
2.1.13.6 Gelap Terang	105
2.1.13.7 Tekstur.....	106
2.1.13.8 Komposisi.....	108
2.1.13.9 Tipografi	117
2.1.13.10 Layout.....	123
2.1.13.11 Gambar/ Ilustrasi.....	125
2.2 Identifikasi Data Perusahaan	127
2.2.1 Data Perusahaan	127
2.2.1.1 Nama Perusahaan	128
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan	128
2.2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	129

2.2.1.4 Pemilik Saham	130
2.2.1.5 Departemen Perusahaan	131
2.2.1.6 Reputasi Perusahaan	131
2.2.1.7 Produk Perusahaan	131
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan	132
2.2.2 Data Produk	132
2.2.2.1 Merek Produk	133
2.2.2.2 Jenis Produk	133
2.2.2.3 Bentuk Produk.....	133
2.2.2.4 Spesifikasi Masing-masing Produk	133
2.2.2.5 Keunggulan Produk.....	134
2.2.2.6 Harga Masing-masing Produk	135
2.2.2.7 Segmentasi Pasar	135
2.2.2.8 Positioning Produk	136
2.2.2.9 Target Audience.....	136
2.2.2.10 Foto Produk.....	137
2.2.3 Data Pemasaran	140
2.2.3.1 Wilayah Pemasaran	140
2.2.3.2 Peluang Pemasaran	140
2.2.3.3 Strategi Pemasaran	140

2.2.3.4	Data Sarana yang Ada	141
2.2.3.5	Sarana Komunikasi Visual Eksternal	141
2.2.3.6	Sarana Komunikasi Visual Internal	141
2.3	Identifikasi Data Kompetitor	141
2.3.1	Data Perusahaan	142
2.3.1.1	Nama Perusahaan	142
2.3.1.2	Filosofi Perusahaan	142
2.3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	144
2.3.1.4	Pemilik Saham	144
2.3.1.5	Departemen Perusahaan	145
2.3.1.6	Reputasi Perusahaan	145
2.3.1.7	Produk Perusahaan	146
2.3.1.8	Lokasi Perusahaan	146
2.3.2	Data Produk	146
2.3.2.1	Merek Produk	147
2.3.2.2	Jenis Produk	147
2.3.2.3	Bentuk Produk.....	147
2.3.2.4	Spesifikasi Masing-masing Produk	147
2.3.2.5	Keunggulan Produk.....	148
2.3.2.6	Harga Masing-masing Produk	149

2.3.2.7 Segmentasi Pasar	149
2.3.2.8 Positioning Produk	150
2.3.2.9 Target Audience	150
2.3.2.10 Foto Produk.....	151
2.3.3 Data Pemasaran	154
2.3.3.1 Wilayah Pemasaran	154
2.3.3.2 Peluang Pemasaran	154
2.3.3.3 Strategi Pemasaran	154
2.3.3.4 Data Sarana yang Ada	155
2.3.3.5 Sarana Komunikasi Visual Eksternal	155
2.3.3.6 Sarana Komunikasi Visual Internal	155
2.4 Data Pendukung.....	155
2.4.1 Tabulasi Data Survey.....	155
2.4.2 Tabulasi Data Wawancara	156
2.4.3 Tabulasi Data Karya Acuan	156
2.5 Analisa Data	157
2.5.1 Analisa Data SWOT	157
2.5.2 USP	158
2.5.3 Positioning	159
2.5.4 Segmentasi Pasar	160

2.6 Asumsi Dasar	160
2.7 Sintesis	161
BAB III KONSEP PENCIPTAAN	162
3.1 Konsep Pemasaran	162
3.1.1 Tujuan Pemasaran	163
3.1.2 Strategi Pemasaran.....	163
3.1.3 Tujuan Promosi	164
3.1.4 Strategi Promosi.....	164
3.1.5 Tujuan Periklanan	165
3.1.6 Strategi Periklanan	166
3.2 Konsep Media.....	166
3.2.1 Tujuan Media.....	167
3.2.2 Strategi Media	168
3.2.3 Paduan Media	169
3.2.3.1 Media Above The Line	169
3.2.3.2 Media Below The Line.....	170
3.2.3.3 Visual Merchandising	170
3.2.3.4 Program Media.....	171
3.2.3.4.1 Exhibition Display.....	171
3.2.3.4.2 Rack Display	172

3.2.3.4.3 Spanduk	173
3.2.3.4.4 Umbul-Umbul	174
3.2.3.4.5 Billboard	175
3.2.3.4.6 X-Banner	176
3.2.3.4.7 Poster	177
3.2.3.4.8 Hanging Mobile	178
3.2.3.4.9 Leaflet	179
3.2.3.4.10 Iklan Koran	180
3.2.3.4.11 Iklan Majalah	180
3.2.3.4.12 Iklan Audio Visual	181
3.2.3.4.13 Folding Map	182
3.2.3.4.14 Amplop dan Kop Surat.....	183
3.2.3.4.15 Buku Catatan kecil.....	183
3.2.3.4.16 Kartu Nama	184
3.2.3.4.17 Member Card	185
3.2.3.4.18 Kartu Karyawan.....	186
3.2.3.4.19 Kemeja Karyawan	186
3.2.3.4.20 T-shirt	187
3.2.3.4.21 Packaging	188
3.2.3.4.22 Hanger	189

3.2.3.4.23 Shopping Bag.....	189
3.2.3.4.24 Kalender.....	190
3.2.3.4.25 Gantungan Kunci	191
3.2.3.4.26 Pulpen	191
3.2.3.4.27 Mug	192
3.2.3.4.28 Pin	193
3.2.3.4.29 Stiker	193
3.2.3.4.30 Desain Mobil Operasional.....	194
3.2.3.5 Biaya Media	195
3.3 Konsep Kreatif	199
3.3.1 Tujuan Kreatif	199
3.3.2 Strategi Kreatif.....	200
3.3.2.1 Target Audience	200
3.3.2.2 Isi Pesan	201
3.3.2.3 Estetis Filosofis.....	202
3.3.2.4 Pemakaian Gaya Desain.....	202
3.3.2.5 Bentuk Pesan	203
3.3.2.5.1 Pesan Verbal	203
3.3.2.5.2 Pesan Non-Verbal	207
BAB IV APLIKASI DESAIN	222

4.1 Kajian Komunikasi	222
4.1.1 Komunikator	222
4.1.2 Pesan	223
4.1.3 Media.....	223
4.1.4 Komunikasikan	224
4.1.5 Efek	225
4.1.6 Umpan Balik	225
4.2 Kajian Desain.....	225
4.2.1 Tahap Persiapan	226
4.2.1.1 Sketch Terpilih Desain Manual	228
4.2.2 Tahap Produksi	240
4.2.2.1 Tahap Produksi Desain Digital.....	240
4.2.2.2 Tahap Produksi Lapangan.....	300
4.2.3 Tahap Finishing.....	301
BAB V PENUTUP	302
5.1 Kesimpulan.....	302
5.2 Saran	302

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN