

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	4
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan	7
1.6 Manfaat	7

1.6.1 Manfaat Bagi Institusi.....	7
1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	8
1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat	8
1.7 Waktu dan Tempat	8
1.7.1 Waktu	8
1.7.2 Tempat	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA 10

2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Komunikasi Massa	12
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	12
2.1.2.2 Ciri – ciri Komunikasi Massa	14
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	16
2.1.3 Pemasaran	18
2.1.4 Promosi	20
2.1.5 Periklanan	22
2.1.6 Media.....	24
2.1.7 Visual.....	25
2.1.8 Perusahaan	26

2.1.9 Kartu Ucapan	28
2.1.10 Copy Writing.....	28
2.1.10.1 Head line	29
2.1.10.2 Sub Head line.....	30
2.1.10.3 Body Copy.....	31
2.1.11 Prinsip Desain	31
2.1.11.1 Irama	32
2.1.11.2 Kesederhanaan.....	33
2.1.11.3 Keseimbangan	34
2.1.11.4 Pusat Perhatian.....	36
2.1.11.5 Kesatuan	37
2.1.12 Aliran Gaya Desain dalam Desain Grafis	38
2.1.13 Unsur Desain.....	49
2.1.13.1 Garis.....	50
2.1.13.2 Bidang	52
2.1.13.3 Bentuk	54
2.1.13.4 Warna.....	56
2.1.13.5 Ruang.....	66
2.1.13.6 Gelap Terang	67
2.1.13.7 Tekstur	68

2.1.13.8 Komposisi.....	70
2.1.13.9 Tipografi	77
2.1.13.10 Layout.....	81
2.1.13.11 Gambar/ Ilustrasi	84
BAB III PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	86
3.1 Data Perusahaan	86
3.1.1 Nama Perusahaan	87
3.1.2 Pemilik.....	87
3.1.3 Visi dan Misi	88
3.1.3.1 Visi.....	88
3.1.3.2 Misi	88
3.1.4 Logo Perusahaan.....	89
3.1.5 Semboyan/ Slogan.....	91
3.1.6 Sumber Daya Manusia.....	91
3.1.6.1 Komisaris/ Penasehat	91
3.1.6.2 Direksi	92
3.1.7 Produk	93
3.1.8 Spesifikasi Produk.....	94
3.1.9 Target Audience	96

3.1.10 Segmentasi Pasar	96
3.1.11 Positioning	97
3.1.12 Jangkauan Wilayah Pemasaran	97
3.1.13 Sasaran Pasar	98
3.1.14 Lokasi	99
3.1.14.1 Kantor Pusat	99
3.2 Posisi Kerja	99
3.2.1 Kerja Pada Departemen.....	100
3.2.2 Kerja Pada Bagian	100
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan	100
3.2.4 Foto Kegiatan	102
BAB IV PEMBAHASAN.....	103
4.1 Kajian Komunikasi	103
4.1.1 Komunikator	103
4.1.2 Pesan	103
4.1.3 Media.....	104
4.1.4 Komunikan	104
4.1.5 Efek	104
4.1.6 Umpan Balik.....	105

4.2 Kajian Desain.....	105
4.2.1 Tahap Persiapan.....	105
4.2.2 Tahapan Produksi.....	107
4.2.2.1 Tahap Produksi FA.....	107
4.2.2.2 Tahap Percetakan.....	117
4.3 Finishing.....	118
4.4 Beberapa Karya Lainnya.....	118
BAB V PENUTUP	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran	121
5.2.1 Saran untuk Lembaga Pendidikan.....	122
5.2.2 Saran untuk Perusahaan	123
5.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN	