

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SIDANG | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS MATERI | v |
| KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| 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. Asumsi Dasar | 7 |
| 1.6. Tujuan | 7 |
| 1.7. Manfaat | 8 |

| | |
|---|----|
| 1.7.1. Manfaat Bagi Institusi | 8 |
| 1.7.2. Manfaat Bagi Perusahaan | 9 |
| 1.7.3. Manfaat Bagi Masyarakat | 9 |
| 1.8. Metode Perancangan | 9 |
| 1.8.1. Metode Pengumpulan Data | 10 |
| 1.8.1.1. Data Lapangan | 10 |
| (1) Data Observasi | 10 |
| (2) Data Wawancara | 11 |
| (3) Data Kuisisioner | 13 |
| 1.8.1.2. Data Kajian Literatur | 14 |
| (1) Media Cetak | 14 |
| (2) Media Elektronik | 16 |
| (3) Dokumentasi | 17 |
| 1.8.1.3. Data Karya Komunikasi Visual Acuan | 18 |
| (1) Alasan Pemilihan | 19 |
| (2) Keistimewaan / Keunikan / Khusus | 20 |
| 1.8.2. Metode Analisa Data | 20 |
| 1.8.2.1. Metode Analisa Kualitatif | 21 |
| 1.8.2.2. Analisa SWOT | 23 |
| 1.8.2.3. Sintesis | 25 |
| 1.9. Kerangka Pemikiran Perancangan | 25 |
| 1.10. Tempat dan Tahun Produksi | 26 |
| 1.11. Sistematika Penulisan | 27 |

| | |
|--|----|
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA | 29 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 29 |
| 2.1.1. Komunikasi | 29 |
| 2.1.2. Komunikasi Massa | 30 |
| 2.1.3. Pemasaran | 31 |
| 2.1.4. Periklanan | 32 |
| 2.1.5. Promosi | 33 |
| 2.1.6. Media | 35 |
| 2.1.7. Visual | 36 |
| 2.1.8. Perusahaan | 37 |
| 2.1.9. Teori Corporate Identity | 38 |
| 2.1.10. Copywriting | 39 |
| 2.1.10.1. Headline | 40 |
| 2.1.10.2. Sub Headline | 41 |
| 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 | 49 |
| 2.1.11.5 Kesatuan | 50 |
| 2.1.12. Aliran Gaya Desain dalam Desain Grafis | 52 |
| 2.1.13. Unsur Desain | 64 |

| | | |
|-----------|------------------------------------|-----|
| 2.1.13.1 | Garis | 65 |
| 2.1.13.2 | Bidang | 67 |
| 2.1.13.3 | Bentuk | 70 |
| 2.1.13.4 | Warna | 72 |
| 2.1.13.5 | Ruang | 78 |
| 2.1.13.6 | Gelap Terang | 80 |
| 2.1.13.7 | Tekstur | 82 |
| 2.1.13.8 | Tipografi | 84 |
| 2.1.13.9 | Layout | 94 |
| 2.1.13.10 | Gambar / Ilustrasi | 97 |
| 2.2. | Identifikasi Data Perusahaan | 99 |
| 2.2.1. | Data Perusahaan | 100 |
| 2.2.1.1. | Nama Perusahaan | 100 |
| 2.2.1.2. | Filosofi Perusahaan..... | 100 |
| 2.2.1.3. | Visi dan Misi | 101 |
| 2.2.1.4. | Pemilik Saham | 101 |
| 2.2.1.5. | Departemen Perusahaan | 103 |
| 2.2.1.6. | Reputasi Perusahaan | 104 |
| 2.2.1.7. | Produk Perusahaan | 109 |
| 2.2.1.8. | Lokasi Perusahaan | 110 |
| 2.2.2. | Data Produk | 113 |
| 2.2.2.1. | Merk Produk | 113 |
| 2.2.2.2. | Jenis Produk | 113 |

| | |
|---|-----|
| 2.2.2.3. Bentuk Produk | 114 |
| 2.2.2.4. Spesifikasi Masing-masing Produk | 115 |
| 2.2.2.5. Keunggulan Masing-masing Produk..... | 124 |
| 2.2.2.6. Harga Masing-masing Produk | 126 |
| 2.2.2.7. Segmentasi Pasar | 127 |
| 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 | 133 |
| 2.2.3.1. Wilayah Pemasaran | 133 |
| 2.2.3.2. Peluang Pemasaran | 135 |
| 2.2.3.3. Strategi Pemasaran | 135 |
| 2.2.4. Data Sarana Visual yang Ada | 136 |
| 2.2.4.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal | 138 |
| 2.2.4.2. Sarana Komunikasi Visual Internal | 139 |
| 2.3. Identifikasi Data Kompetitor | 140 |
| 2.3.1. Data Perusahaan | 140 |
| 2.3.1.1. Nama Perusahaan | 141 |
| 2.3.1.2. Filosofi Perusahaan | 141 |
| 2.3.1.3. Visi dan Misi | 141 |
| 2.3.1.4. Pemilik Saham | 142 |
| 2.3.1.5. Departemen Perusahaan | 143 |
| 2.3.1.6. Reputasi Perusahaan | 148 |

| | |
|---|-----|
| 2.3.1.7. Produk Perusahaan | 149 |
| 2.3.1.8. Lokasi Perusahaan | 151 |
| 2.3.2. Data Produk | 152 |
| 2.3.2.1. Merek Produk | 152 |
| 2.3.2.2. Jenis Produk | 152 |
| 2.3.2.3. Bentuk Produk | 153 |
| 2.3.2.4. Spesifikasi Masing-masing Produk | 154 |
| 2.3.2.5. Keunggulan Masing-masing Produk | 157 |
| 2.3.2.6. Harga Masing-masing Produk | 158 |
| 2.3.2.7. Segmentasi Pasar | 159 |
| 2.3.2.8. Positioning Pasar | 160 |
| 2.3.2.9. Target Audience | 161 |
| 2.3.2.10. Foto Produk | 161 |
| 2.3.3. Data Pemasaran | 166 |
| 2.3.3.1. Wilayah Pemasaran | 166 |
| 2.3.3.2. Peluang Pemasaran | 167 |
| 2.3.3.3. Strategi Pemasaran | 167 |
| 2.3.4. Data Sarana Visual yang Ada | 168 |
| 2.3.4.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal | 169 |
| 2.3.4.2. Sarana Komunikasi Visual Internal | 169 |
| 2.4. Data Pendukung | 169 |
| 2.4.1. Tabulasi Data Survey terhadap Obyek Penelitian | 170 |

| | |
|---|-----|
| 2.4.2. Tabulasi Data Wawancara terkait dengan Obyek | |
| Penelitian | 170 |
| 2.4.3. Tabulasi Data Karya Acuan | 171 |
| 2.5. Analisa Data | 171 |
| 2.5.1. Analisa SWOT | 172 |
| 2.5.2. USP | 173 |
| 2.5.3. Positioning | 173 |
| 2.6. Segmentasi Pasar | 174 |
| 2.7. Sintesis | 174 |
| | |
| BAB III KONSEP PENCIPTAAN | 176 |
| 3.1. Konsep Pemasaran | 176 |
| 3.1.1. Tujuan Pemasaran | 177 |
| 3.1.2. Strategi Pemasaran | 178 |
| 3.1.3. Tujuan Promosi | 179 |
| 3.1.4. Strategi Promosi | 180 |
| 3.1.5. Tujuan Periklanan | 180 |
| 3.1.6. Strategi Periklanan | 181 |
| 3.1.7. Biaya Periklanan | 182 |
| 3.2. Konsep Media | 184 |
| 3.2.1. Tujuan Media | 185 |
| 3.2.2. Strategi Media | 185 |
| 3.2.3. Panduan Media | 186 |

| | |
|---|-----|
| 3.2.3.1. Media Above The Line | 186 |
| 3.2.3.2. Media Below The Line | 187 |
| 3.2.3.3. Visual Merchandising | 187 |
| 3.2.4. Program Media | 188 |
| 3.2.4.1. Exhibition Display | 189 |
| 3.2.4.2. Rack Display | 189 |
| 3.2.4.3. Spanduk | 190 |
| 3.2.4.4. Umbul-umbul | 191 |
| 3.2.4.5. X-Banner | 192 |
| 3.2.4.6. Poster | 193 |
| 3.2.4.7. Hanging Mobile | 195 |
| 3.2.4.8. Leaflet | 196 |
| 3.2.4.9. Iklan Koran | 197 |
| 3.2.4.10. Iklan Majalah | 198 |
| 3.2.4.11. Iklan Audio Visual (60 detik) | 198 |
| 3.2.4.12. T-Shirt Promosi | 199 |
| 3.2.4.13. Cover DVD | 200 |
| 3.2.4.14. Shopping Bag | 201 |
| 3.2.4.15. Kalender | 202 |
| 3.2.4.16. Gantungan Kunci | 203 |
| 3.2.4.17. Folder / Map | 204 |
| 3.2.4.18. Amplop dan Kop Surat | 205 |
| 3.2.4.19. Buku Catatan | 206 |

| | |
|---|-----|
| 3.2.4.20. Pen | 207 |
| 3.2.4.21. Mug | 208 |
| 3.2.4.22. Pin | 208 |
| 3.2.4.23. Sticker | 209 |
| 3.2.4.24. Biaya Media | 210 |
| 3.3. Konsep Kreatif | 212 |
| 3.3.1. Tujuan Kreatif | 212 |
| 3.3.2. Strategi Kreatif | 213 |
| 3.3.2.1. Target Audience | 213 |
| 3.3.2.2. Isi Pesan | 214 |
| 3.3.2.3. Estetis Filosofi | 214 |
| 3.3.2.4. Pemakaian Gaya Desain | 215 |
| 3.3.2.5. Bentuk Pesan | 216 |
| 3.3.2.5.1. Pesan Verbal | 216 |
| (1) Headline | 216 |
| (2) Sub Headline | 217 |
| (3) Body Copy | 218 |
| 3.3.2.5.2. Pesan Visual / Art Directing | 219 |
| (1) Prinsip Desain | 219 |
| (a) Irama | 219 |
| (b) Kesederhanaan | 220 |
| (c) Keseimbangan | 221 |
| (d) Pusat Perhatian | 222 |

| | |
|--|-----|
| (e) Kesatuan | 223 |
| (2) Unsur Desain | 224 |
| (a) Garis | 225 |
| (b) Bidang | 225 |
| (c) Bentuk | 226 |
| (d) Warna | 227 |
| (e) Ruang | 228 |
| (f) Gelap Terang | 229 |
| (g) Tekstur | 230 |
| | |
| BAB IV APLIKASI DESAIN | 237 |
| 4.1. Kajian Komunikasi | 238 |
| 4.1.1. Komunikator | 238 |
| 4.1.2. Pesan | 238 |
| 4.1.3. Media | 238 |
| 4.1.4. Komunikan | 239 |
| 4.1.5. Efek | 239 |
| 4.1.6. Umpan Balik | 240 |
| 4.2. Kajian Desain | 240 |
| 4.2.1. Tahapan Persiapan | 240 |
| 4.2.2. Tahapan Produksi | 244 |
| 4.2.2.1. Produksi Materi FA dalam Format Digital | 244 |
| 4.2.2.1.1 Logo | 244 |

| | | |
|------------|----------------------------|-----|
| 4.2.2.1.2 | Background Layout | 248 |
| 4.2.2.1.3 | Exhibition Display | 249 |
| 4.2.2.1.4 | Rack Display | 251 |
| 4.2.2.1.5 | Spanduk | 253 |
| 4.2.2.1.6 | Umbul-umbul | 256 |
| 4.2.2.1.7 | X-Banner | 259 |
| 4.2.2.1.8 | Poster | 262 |
| 4.2.2.1.9 | Billboard | 265 |
| 4.2.2.1.10 | Hanging Mobile | 268 |
| 4.2.2.1.11 | Leaflet | 270 |
| 4.2.2.1.12 | Iklan Koran | 273 |
| 4.2.2.1.13 | Iklan Majalah | 276 |
| 4.2.2.1.14 | Amplop dan Kop Surat | 279 |
| 4.2.2.1.15 | Kartu Nama | 282 |
| 4.2.2.1.16 | ID Card | 284 |
| 4.2.2.1.17 | Seragam Karyawan | 286 |
| 4.2.2.1.18 | Topi | 289 |
| 4.2.2.1.19 | Paper Bag (Tas) | 291 |
| 4.2.2.1.20 | Box Cooler | 293 |
| 4.2.2.1.21 | Kalender Meja | 296 |
| 4.2.2.1.22 | Gantungan Kunci | 298 |
| 4.2.2.1.23 | Pen | 300 |
| 4.2.2.1.24 | Mug | 303 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 4.2.2.1.25 Pin | 305 |
| 4.2.2.1.26 Sticker | 307 |
| 4.2.2.1.27 Mobil Operasional | 309 |
| 4.2.2.1.28 Jam Dinding | 311 |
| | |
| BAB V PENUTUP | 314 |
| 5.1. Kesimpulan | 314 |
| 5.2. Saran | 315 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 317 |