

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxxiv
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	8
1.6.1 Manfaat Bagi Institusi	8
1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan	9
1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat	9
1.7 Waktu dan Tempat	10
1.7.1 Waktu	10
1.7.2 Tempat	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi massa	15
2.1.3 Pemasaran	17
2.1.4 Periklanan	20
2.1.5 Promosi	23
2.1.6 Media	27
2.1.7 Media Visual	31

2.1.8 Media Cetak	33
2.1.9 Majalah	38
2.1.10 Media <i>Kit</i>	40
2.1.11 Majalah Investor	41
2.1.12 <i>Copy Writing</i>	42
2.1.12.1 <i>Headline</i>	42
2.1.12.2 <i>Sub Headline</i>	43
2.1.12.3 <i>Body Copy</i>	46
2.1.13 Prinsip Desain	48
2.1.13.1 Irama	48
2.1.13.2 Kesederhanaan	49
2.1.13.3 Keseimbangan	50
2.1.13.4 Pusat Perhatian	52
2.1.13.5 Kesatuan	53
2.1.14 Aliran Gaya Desain dalam Desain Grafis	54
2.1.14.1 <i>Art and Craft</i>	54
2.1.14.2 <i>Art Nouveau</i>	57

2.1.14.3 <i>Art Deco</i>	59
2.1.14.4 <i>Bauhaus</i>	62
2.1.14.5 <i>De Stijl</i>	63
2.1.14.6 <i>Pop Art</i>	65
2.1.14.7 <i>Post Modern</i>	67
2.1.15 Unsur Desain	70
2.1.15.1 Garis	70
2.1.15.2 Bidang	74
2.1.15.3 Bentuk	76
2.1.15.4 Warna	79
2.1.15.5 Ruang	86
2.1.15.6 Gelap Terang	87
2.1.15.7 Tekstur	89
2.1.15.8 Komposisi	90
2.1.15.9 Tipografi	91
2.1.15.10 <i>Lay Out</i>	101
2.1.15.11 Gambar/Illustrasi	102

2.2 Data Pekerjaan Sebelumnya pada Departemen	106
BAB III. PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA	107
3.1 Data Perusahaan	107
3.1.1 Nama Perusahaan	107
3.1.2 Pemilik	108
3.1.3 Visi dan Misi	108
3.1.3.1 Visi	108
3.1.3.2 Misi	109
3.1.4 Logo Perusahaan	109
3.1.5 Semboyan/Slogan	111
3.1.6 Sumber Daya Manusia	111
3.1.6.1 Komisaris/Penasehat	111
3.1.6.2 Direksi	111
3.1.6.3 Departemen	114
3.1.7 Produk	114
3.1.8 Spesifikasi Produk	115
3.1.8.1 Spesifikasi Produk secara Fisik	115

3.1.8.2 Spesifikasi Isi pada Produk	116
3.1.9 Target Audience	120
3.1.9.1 Target <i>Audience</i> Berdasarkan Geografis	120
3.1.9.2 Target <i>Audience</i> Berdasarkan Demografis...	120
3.1.9.3 Target <i>Audience</i> Berdasarkan Psikografi ...	121
3.1.10 Segmentasi Pasar	121
3.1.11 <i>Positioning</i>	122
3.1.12 Jangkauan Wilayah Pemasaran	122
3.1.13 Sarana Prasarana	123
3.1.13.1 Fasilitas Gedung	123
3.1.13.2 Fasilitas Ruang Kantor	123
3.1.13.3 Fasilitas di Ruang Kerja <i>Deputy of Advertising</i>	124
3.1.14 Lokasi	124
3.2 Posisi Kerja	124
3.2.1 Kerja Pada Divisi <i>Deputy Director of Advertising</i> ...	125
3.2.2 Kerja Pada Bagian Desain Grafis	125
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan	125

3.2.4 Foto Kegiatan	126
BAB IV. PEMBAHASAN	127
4.1 Kajian Komunikasi	127
4.2 Kajian Desain	129
4.2.1 Tahapan Persiapan	130
4.2.2 Tahapan Produksi	143
4.2.2.1 Kover Media <i>Kit</i> Majalah Investor	143
4.2.2.2 Halaman Daftar Isi Media <i>Kit</i> Majalah Investor	153
4.2.2.3 Halaman Satu Media <i>Kit</i> Majalah Investor	161
4.2.2.4 Halaman Dua Media <i>Kit</i> Majalah Investor	168
4.2.2.5 Halaman Tiga Media <i>Kit</i> Majalah Investor	177
4.2.2.6 Halaman Empat Media <i>Kit</i> Majalah Investor	186
4.2.2.7 Halaman Lima Media <i>Kit</i> Majalah Investor	193
4.2.2.8 Halaman Enam Media <i>Kit</i> Majalah Investor	201
4.2.2.9 Halaman Tujuh Media <i>Kit</i> Majalah Investor	209
4.2.2.10 Halaman Delapan Media <i>Kit</i> Majalah Investor ...	217
4.2.2.11 Halaman Sembilan Media <i>Kit</i> Majalah Investor ..	224

4.2.2.12 Halaman Sepuluh Media <i>Kit</i> Majalah Investor	231
4.2.2.13 Halaman Sebelas Media <i>Kit</i> Majalah Investor	238
4.2.2.14 Halaman Dua Belas Media <i>Kit</i> Majalah Investor ..	245
4.2.2.15 Tahap Percetakan	252
4.3 Tahap Finishing	252
4.4 Beberapa Karya Lainnya	252
BAB V. PENUTUP	255
5.1 Kesimpulan	255
5.2 Saran	256
5.2.1 Saran Untuk Lembaga Pendidikan	256
5.2.2 Saran Untuk Perusahaan	257
5.2.3 Sara Untuk Mahasiswa	257
DAFTAR PUSTAKA	259
LAMPIRAN	261