

## Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPANG.....	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv

I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Makna Judul.....	5
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 .....	9
1.7.2 Tempat.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Komunikasi Massa.....	11
2.1.2.1 Pengertian.....	12
2.1.2.2 Ciri – ciri komunikasi massa.....	13
2.1.3 Pemasaran.....	14
2.1.4 Periklanan.....	15
2.1.5 Promosi.....	15
2.1.6 Media.....	16

2.1.7 Visual.....	17
2.1.8 Perusahaan.....	18
2.1.9 Copywriting.....	19
2.1.9.1 Head Line.....	20
2.1.9.2 Sub Headline.....	22
2.1.9.3 Body Copy.....	23
2.1.10 Prinsip Desain.....	24
2.1.10.1 Irama.....	24
2.1.10.2 Kesederhanaan.....	25
2.1.10.3 Keseimbangan.....	26
2.1.10.4 Pusat Perhatian.....	28
2.1.10.5 Kesatuan.....	29
2.1.11 Aliran Gaya Desain dalam Desain Grafis.....	30
2.1.11.1 Art Nouveau.....	30
2.1.11.2 Art Deco.....	32
2.1.11.3 De Stijl.....	35
2.1.11.4 Bauhaus.....	39
2.1.11.5 Constructivism.....	41
2.1.11.6 Futurism.....	43
2.1.12 Unsur Desain.....	45
2.1.11.1 Garis.....	45
2.1.11.2 Bidang.....	47
2.1.11.3 Bentuk.....	48

2.1.11.4 Warna.....	49
2.1.11.5 Ruang.....	52
2.1.11.6 Gelap Terang.....	53
2.1.11.7 Tekstur.....	55
2.1.11.8 Komposisi.....	56
2.1.11.9 Typografi.....	58
2.1.11.9.1 Pengertian.....	58
2.1.11.9.2 Peranan huruf dalam Typografi... ..	59
2.1.11.9.2.1 Anatomi huruf.....	59
2.1.11.9.2.2 Anatomi sebuah huruf.....	62
2.1.11.9.2.3 Jenis huruf.....	62
2.1.11.10 Lay-Out.....	65
2.1.11.11 Gambar/Illustrasi.....	66
2.2 Data Pekerjaan Sebelumnya pada Departemen.....	68
III. PERUSAHAAN DAN POSISI KERJA.....	69
3.1 Data Perusahaan.....	69
3.1.1 Nama Perusahaan.....	69
3.1.2 Pemilik .....	69
3.1.3 Visi dan Misi.....	70
3.1.3.1 Visi .....	70
3.1.3.2 Misi .....	70
3.1.4 Logo Perusahaan.....	71
3.1.5 Semboyan/Slogan.....	71

3.1.6 Sumber Daya Manusia.....	72
3.1.6.1 Komisaris/Penasehat.....	72
3.1.6.2 Direksi.....	72
3.1.6.3 Departemen .....	73
3.1.6.3.1 Account Department.....	73
3.1.6.3.2 Creative Department.....	75
3.1.6.3.3 Messenger.....	77
3.1.7 Produk .....	77
3.1.8 Spesifikasi Produk.....	77
3.1.9 Target Audience.....	78
3.1.10 Segmentasi Pasar.....	78
3.1.11 Positioning.....	79
3.1.12 Jangkauan Wilayah Pemasaran.....	79
3.1.13 Sarana Prasarana.....	80
3.1.14 Lokasi.....	82
3.1.14.1 Kantor Pusat.....	82
3.1.14.2 Kantor Cabang.....	83
3.2 Posisi Kerja.....	83
3.2.1 Kerja Pada Departemen.....	83
3.2.2 Kerja Pada Bagian.....	83
3.2.3 Tanggung Jawab Pekerjaan.....	84
3.2.4 Foto Kegiatan .....	84

IV. PEMBAHASAN.....	87
4.1 Kajian Komunikasi.....	87
4.1.1 Komunikator.....	88
4.1.2 Pesan.....	88
4.1.3 Media.....	88
4.1.4 Komunikasikan.....	89
4.1.5 Efek.....	89
4.1.6 Umpan balik.....	90
4.2 Kajian Desain.....	90
4.2.1 Tahap Persiapan .....	90
(1) Brainstorming.....	91
(2) Pembagian Tugas.....	91
(3) Persetujuan.....	92
(4) Pengolahan digital.....	92
4.2.2 Tahap Produksi .....	92
4.2.2.1 Pembuatan FA/ Bersifat Master .....	93
4.2.2.2 Produksi di Lapangan .....	101
4.3 Tahap Finishing .....	101
4.4 Beberapa karya lainnya .....	102
V. PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	107
5.2.1 Saran untuk lembaga pendidikan .....	108

5.2.2 Saran untuk perusahaan .....	109
5.2.3 Saran untuk mahasiswa .....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	115