



Pedoman Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Desain Komunikasi Visual
Universitas Kristen Petra
Edisi I - Tahun 2007

<http://tugasakhirdkvpetra.blogspot.com>

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
1. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK KAMPANYE KOMERSIAL (PROMOSI)	1
2. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK KAMPANYE NON KOMERSIAL (ILM)	5
3. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN KOMIK/KOMUNIKASI VISUAL KARYA ILUSTRASI	8
4. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK COMPANY PROFILE	12
5. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY	15
6. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN DESAIN KEMASAN	19
7. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF	21
8. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN AUDIO VISUAL (game, animasi)	23
9. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN AUDIO VISUAL (film, video klip)	25
10. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN MEDIA CETAK	27
11. PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PENELITIAN ILMIAH	31

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK KAMPANYE**

KOMERSIAL (PROMOSI)

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data Perusahaan

- 2.2.1. Data Perusahaan
 - 2.2.1.1. Nama Perusahaan
 - 2.2.1.2. Pengelola Perusahaan
 - 2.2.1.3. Produk -produk yang Dipasarkan (optional)
 - 2.2.1.4. Potensi Perusahaan
 - 2.2.1.5. Lokasi Perusahaan (Denah Lokasi)
- 2.2.... Data Produk (Optional, tergantung apakah ada variasi produk atau tidak)
 - 2.2...1. Jenis Produk
 - 2.2...2. Nama Brand/Merek
 - 2.2...3. Spesifikasi produk
 - 2.2.. 4 Harga Produk
 - 2.2...5. Positioning Produk
 - 2.2..6. Target Audience Produk
 - 2.2...7. Foto Produk
- 2.2.2. Data Pemasaran
 - 2.2.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.2.2.2. Wilayah Pemasaran
 - 2.2.2.3. Potensi Pasar
 - 2.2.2.4. Visi dan Misi Perusahaan
- 2.2.3. Data Komunikasi Visual yang Ada
 - 2.2.3.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal
 - 2.2.3.2. Sarana Komunikasi Visual Internal

2.3. Identifikasi Data Kompetitor

- 2.3.1. Data Perusahaan
 - 2.3.1.1. Nama Perusahaan
 - 2.3.1.2. Pengelola Perusahaan
 - 2.3.1.3. Produk-produk yang Dipasarkan
 - 2.3.1.4. Potensi Perusahaan
 - 2.3.1.5. Lokasi Perusahaan (Denah Lokasi)
- 2.3.... Data Produk (Optional, tergantung apakah ada variasi produk atau tidak)
 - 2.3...1. Jenis Produk
 - 2.3...2. Nama Brand/Merek
 - 2.3...3. Spesifikasi produk
 - 2.3.. 4 Harga Produk
 - 2.3...5. Positioning Produk
 - 2.3...6. Target Audience Produk
 - 2.3...7. Foto Produk
- 2.3.2. Data Pemasaran
 - 2.3.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.3.2.2. Wilayah Pemasaran

- 2.3.2.3. Potensi Pasar
- 2.3.2.4. Visi dan Misi Perusahaan
- 2.3.3. Data Komunikasi Visual yang Ada
 - 2.3.3.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal
 - 2.3.3.2. Sarana Komunikasi Visual Internal

2.4. Data Survey dan Wawancara

- 2.4.1. Tabulasi Data Survey
- 2.4.2. Tabulasi Data Wawancara
- 2.4.3. Analisa Data Survey dan Wawancara
 - 2.4.3.1. Analisa Data Survey
 - 2.4.3.2. Analisa Data Wawancara
- 2.4.4. Asumsi Data Survey dan Wawancara

2.5. Analisa Data

- 2.5.1. SWOT, USP, POSITIONING
- 2.5.2. Kesimpulan Analisa Data

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Pemasaran

- 3.1.1. Tujuan Pemasaran
 - 3.1.1.1. Tujuan Pemasaran Jangka Pendek
 - 3.1.1.2. Tujuan Pemasaran Jangka Panjang
- 3.1.2. Strategi Pemasaran
 - 3.1.2.1. Strategi Pemasaran Jangka Pendek (4P)
 - 3.1.2.2. Strategi Pemasaran Jangka Panjang (4P)
- 3.1.3. Tujuan Komunikasi Periklanan
- 3.1.4. Strategi Komunikasi Periklanan

3.2. Konsep Media

- 3.2.1. Tujuan Media
- 3.2.2. Strategi Media
- 3.2.3. Pemilihan Media
 - 3.2.2.1. Khalayak Sasaran
 - 3.2.2.2. Panduan Media
 - IMC (Integrated Marketing Communication) (optional)
 - Advertising (Above The Line, Below The Line, TTL/ unconventional media).
 - Public Relation
 - Sales Promotion
 - Personal Selling
 - Alasan Pemilihan Media-Media tersebut
 - Kelebihan Media
 - Kelemahan Media
 - 3.2.2.3. Program Media
 - 3.2.2.4. Biaya Media

3.3. Konsep Kreatif

- 3.3.1. Tujuan Kreatif

- 3.3.2. Strategi Kreatif
 - 3.3.2.1. Brand Essence
 - 3.3.2.2. Consumer Insight
 - 3.3.2.3. Proposisi
- 3.3.3. Program Kreatif
 - 3.3.3.1. Tema Pokok Perancangan / Big Idea
 - 3.3.3.2. Pendukung Tema Perancangan
 - 3.3.3.3. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal
 - 3.3.3.4. Pemilihan Bentuk Pesan Visual
 - 3.3.3.5. Biaya Kreatif

4. LAYOUT DESAIN

- 4.1. Thumbnail Masing-Masing Media Promosi**
- 4.2. Tight Tissue Masing-Masing Media Promosi**
- 4.3. Eksekusi Final Desain**

5. PENUTUP

- 5.1. Kesimpulan**
- 5.2. Saran**

DAFTAR REFERENSI
LAMPIRAN

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK KAMPANYE
NON KOMERSIAL (ILM)**

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data

- Landasan Hukum
- Organisasi Pendukung
- Faktor Penghambat dan Pendukung
- Upaya Pemerintah
- Peranan Masyarakat
- ILM (Iklan Layanan Masyarakat) yang Pernah Dibuat
- Usulan Pemecahan Masalah (Permasalahan, Kesimpulan dan Pemecahan Masalah)
- Contoh-Contoh Kasus --> Fakta
- dll.

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Media

- 3.1.1. Tujuan Media
- 3.1.2. Strategi Media
- 3.1.3. Pemilihan Media
 - 3.1.3.1. Khalayak Sasaran
 - 3.1.3.2. Panduan Media
 - 3.1.3.3. Program Media
 - 3.1.3.4. Biaya Media

3.2. Konsep Kreatif

- 3.2.1. Tujuan Kreatif
- 3.2.2. Strategi Kreatif
 - 3.2.2.1. Isi Pesan
 - 3.2.2.2. Bentuk Pesan
 - 3.2.2.3. Strategi Visual
- 3.2.3. Program Kreatif
 - 3.2.3.1. Tema Pokok Perancangan --> Penggambaran Visualisasinya
 - 3.2.3.2. Pendukung Tema Perancangan -- Akibat yang Diingini
 - 3.2.3.3. Pendukung Bentuk Kreatif
 - Pemilihan Bentuk Pesan Verbal
 - Pemilihan Bentuk Pesan Visual
 - 3.2.3.4. Penyajian
 - Gaya Visualisasi
misal: pendekatan analogi menggunakan berbagai macam simbol untuk menyampaikan pesan
 - 3.2.3.5. Program Penulisan Naskah dan Penulisan Visual (Poster, Print Ad (Majalah, Koran), Billboard, Postcard, T-Shirt, Booklet)
 - Ukuran Media
 - Posisi
 - Warna
 - Tipe Huruf: Headline, Subheadline, Bodycopy, dll.

- Ilustrasi --> Teknik

- Konsep Visual

3.2.4. Biaya Kreatif

4. PROGRAM PERANCANGAN

4.1. Thumbnail Masing-Masing Media

4.2. Tight Tissue Masing-Masing Media

4.3. Eksekusi Final Desain

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN KOMIK/KOMUNIKASI VISUAL KARYA**

ILUSTRASI

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Masyarakat

1.5.2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

1.5.3. Bagi Dunia Perkomikan/Illustrasi dan Buku Bacaan Indonesia

1.5.4. Bagi Target Audience

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.2. Metode Analisa Data

1.6.3. Metode Konsep Desain

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. ANALISIS DAN TINJAUAN TEORI

2.1. Studi Literatur

2.2. Tinjauan Judul Perancangan

2.2.1. Perancangan Komik/Komunikasi Visual

2.2.1.1. Perkembangan Komik/Desain Komunikasi Visual

2.2.2. Gambar Ilustrasi

2.2.2.1. Perkembangan Ilustrasi

2.2.3. dll. (Disesuaikan dengan Judul yang Dipilih)

2.3. Tinjauan Buku Bacaan

- 2.3.1. Pengertian Komik/Buku Bacaan/Novel Grafis
- 2.3.2. Sejarah Komik/Buku Bacaan/Novel Grafis di Dunia
- 2.3.3. Sejarah Komik/Buku Bacaan/Novel Grafis di Indonesia
- 2.3.4. Tinjauan Kondisi Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis di Indonesia
- 2.3.5. Potensi Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis di Indonesia

2.4. Tinjauan Aspek Historis

2.5. Tinjauan Aspek Kultural

2.6. Tinjauan Kehidupan

} Disesuaikan dengan Judul yang Diambil

3. KONSEP DESAIN

3.1. Tinjauan tentang Gambar

3.1.1. Tinjauan tentang Unsur Gambar

- 3.1.1.1. Garis (Line)
- 3.1.1.2. Kualitas Terang Gelap (Value)
- 3.1.1.3. Bentuk dan Ruang (Shape dan Space)
- 3.1.1.4. Pola (Pattern)
- 3.1.1.5. Tekstur (Texture)
- 3.1.1.6. Warna (Colors)
 - a. Klasifikasi Warna berdasarkan Spektrum Warna
 - b. Klasifikasi Warna berdasarkan Gambar/Illustrasi
 - c. Klasifikasi Warna berdasarkan Sensasinya
 - d. Klasifikasi Warna berdasarkan Karakteristiknya
 - e. Klasifikasi Warna berdasarkan Kualitasnya
 - f. Klasifikasi Warna berdasarkan Maknanya

3.1.2. Tinjauan Unsur Komposisi

- 3.1.2.1. Penataan Layout
 - a. Komposisi secara Umum (Vertikal-Horisontal)
 - b. Perkembangan Komposisi
 - c. Warna dalam Komposisi
- 3.1.2.2. Tinjauan Teori Perspektif Sederhana
- 3.1.2.3. Tinjauan Teori Tata Cahaya

3.1.3. Tinjauan Gambar Ilustrasi

- 3.1.3.1. Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Bidang Kajian
- 3.1.3.2. Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Sifat dan Fungsi
- 3.1.3.3. Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Alat
- 3.1.3.4. Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Teknik
- 3.1.3.5. Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Goresan
- 3.1.3.6. Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Gaya Gambar

3.2. Konsep Kreatif Perancangan Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis

- 3.2.1. Khalayak Sasaran
- 3.2.2. Tujuan Kreatif
- 3.2.2. Strategi Kreatif

- 3.3. Konsep Rancangan Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis**
 - 3.3.1. Judul Rancangan Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis
 - 3.3.1.1. Judul Utama Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis
 - 3.3.1.2. Sub-Sub Judul Komik/Buku Bacaan/Cergam/Novel Grafis
 - 3.3.2. Tema Cerita
 - 3.3.3. Maksud dan Tujuan
 - 3.3.4. Bentuk Penyajian dan Variasi Tampilan
 - 3.3.5. Jumlah Seri
 - 3.3.6. Ukuran dan Jumlah Halaman
 - 3.3.7. Sinopsis
 - 3.3.8. Setting Cerita
 - 3.3.9. Konflik
- 3.4. Konsep Karakter Tokoh Cerita**
 - 3.4.1. Karakter Tokoh Utama
 - 3.4.2. Karakter Tokoh Pendukung
- 3.5. Konsep Dasar Gaya Desain**
- 3.6. Konsep Warna**
- 3.7. Teknik Pengerjaan**
- 3.8. Konsep Font**
 - 3.8.1. Font Judul
 - 3.8.2. Font Nama Pengarang
 - 3.8.3. Font Teks Narasi
 - 3.8.4. Font Dekoratif
- 3.9. Storyline**

4. LAYOUT DESAIN

- 4.1. Layout Desain**
 - 4.1.1 Layout Poster Pameran
 - 4.1.1.1. Background
 - 4.1.1.2 Tokoh Utama
 - 4.1.1.3. Font
 - 4.1.2. Layout Sarana Pendukung Promosi
 - 4.1.2.1. Poster (WAJIB DIBUAT)
 - 4.1.2.2. Packaging
 - 4.1.2.3. POP
 - 4.1.2.4. dll.
 - 4.1.3. Layout Katalog
 - 4.1.4. Layout Sampul Depan dan Sampul Belakang Cergam
 - 4.1.5. Jeda Halaman Cergam
 - 4.1.6. Ornamen Cergam
 - 4.1.7. Layout Cergam secara Keseluruhan
- 4.2. Visualisasi Rancangan Komik/Buku Bacaan/Novel Grafis/Cerita Bergambar (Hasil)**

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR REFERENSI
LAMPIRAN

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK COMPANY**

PROFILE

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data Perusahaan

- 2.2.1. Data Perusahaan
 - 2.2.1.1. Nama Perusahaan
 - 2.2.1.2. Pengelola Perusahaan
 - 2.2.1.3. Produk yang Dipasarkan
 - 2.2.1.4. Potensi Perusahaan
 - 2.2.1.5. Lokasi Perusahaan (Denah Lokasi)
- 2.2.2. Data Pemasaran
 - 2.2.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.2.2.2. Wilayah Pemasaran
 - 2.2.2.3. Potensi Pasar
 - 2.2.2.4. *Positioning* Perusahaan
- 2.2.3. Data Komunikasi Visual yang Ada
 - 2.2.3.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal
 - 2.2.3.2. Sarana Komunikasi Visual Internal

2.3. Identifikasi Data Kompetitor

- 2.3.1. Data Perusahaan
 - 2.3.1.1. Nama Perusahaan
 - 2.3.1.2. Pengelola Perusahaan
 - 2.3.1.3. Produk yang Dipasarkan
 - 2.3.1.4. Potensi Perusahaan
 - 2.3.1.5. Lokasi Perusahaan (Denah Lokasi)
- 2.3.2. Data Pemasaran
 - 2.3.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.3.2.2. Wilayah Pemasaran
 - 2.3.2.3. Potensi Pasar
 - 2.3.2.4. *Positioning* Perusahaan
- 2.3.3. Data Komunikasi Visual yang Ada
 - 2.3.3.1. Sarana Komunikasi Visual Eksternal
 - 2.3.3.2. Sarana Komunikasi Visual Internal

2.4. Data Survey dan Wawancara

- 2.4.1. Tabulasi Data Survey
- 2.4.2. Tabulasi Data Wawancara
- 2.4.3. Analisa Data Survey dan Wawancara
 - 2.4.3.1. Analisa Data Survey
 - 2.4.3.2. Analisa Data Wawancara
- 2.4.4. Asumsi Data Survey dan Wawancara

2.5. Analisa Data

- 2.5.1. SWOT, USP, POSITIONING
- 2.5.2. Kesimpulan Analisa Data

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Pemasaran

- 3.1.1. Tujuan Pemasaran
 - 3.1.1.1. Tujuan Pemasaran Jangka Pendek
 - 3.1.1.2. Tujuan Pemasaran Jangka Panjang
- 3.1.2. Strategi Pemasaran
 - 3.1.2.1. Strategi Pemasaran Jangka Pendek (4P)
 - 3.1.2.2. Strategi Pemasaran Jangka Panjang (4P)
- 3.1.3. Tujuan Komunikasi Periklanan
- 3.1.4. Strategi Komunikasi Periklanan

3.2. Konsep Media

- 3.2.1. Tujuan Media
- 3.2.2. Strategi Media
- 3.2.3. Pemilihan Media
 - 3.2.2.1. Khalayak Sasaran
 - 3.2.2.2. Panduan Media
 - + Poster, Billboard, Booklet, T-Shirt, Pin, Stiker, Postcard, Media Cetak (Majalah, Koran), dll.
 - Alasan Pemilihan Media-Media tersebut
 - Kelebihan Media
 - Kelemahan Media
 - 3.2.2.3. Program Media
 - 3.2.2.4. Biaya Media

3.3. Konsep Kreatif

- 3.3.1. Tujuan Kreatif
- 3.3.2. Strategi Kreatif
 - 3.3.2.1. Brand Essence
 - 3.3.2.2. Brand Consumer
 - 3.3.2.3. Proposisi
- 3.3.3. Program Kreatif
 - 3.3.3.1. Tema Pokok Perancangan
 - 3.3.3.2. Pendukung Tema Perancangan
 - 3.3.3.3. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal
 - 3.3.3.4. Pemilihan Bentuk Pesan Visual
 - 3.3.3.5. Biaya Kreatif

4. LAYOUT DESAIN

- 4.1. Thumbnail Masing-Masing Media Promosi**
- 4.2. Tight Tissue Masing-Masing Media Promosi**
- 4.3. Eksekusi Final Desain**

5. PENUTUP

- 5.1. Kesimpulan**
- 5.2. Saran**

DAFTAR REFERENSI
LAMPIRAN

PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY

**Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra**

HALAMAN JUDUL
LEMBAR PENGESAHAN
KATA PENGANTAR
UCAPAN TERIMA KASIH
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
ABSTRAK
DAFTAR ISI
DAFTAR GAMBAR (optional)
DAFTAR TABEL (optional)
DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA (meliputi data-data yang mendukung dari perusahaan yang diangkat maupun gambaran pesaing [dalam hal ini identifikasi terhadap korporat]), antara lain:

- 2.1. Studi Literatur
- 2.2. Gambaran Mengenai Perusahaan
- 2.3. Informasi Mengenai Keberadaan Perusahaan
- 2.4. Informasi Mengenai Wilayah Pemasaran
- 2.5. Gambaran Mengenai Karakteristik Konsumen
- 2.6. Kondisi Corporate Image dan Corporate Identity yang ada
- 2.7. Informasi Mengenai Pesaing --> *tunjukkan identitas korporat milik pesaing. Buatlah tabel untuk mempermudah dibandingkan.*

3. ANALISA DATA

- 3.1. *Analisa SWOT, Positioning, dan USP*
- 3.2. *Analisa Desain (meliputi analisis terhadap desain dari identitas perusahaan, aspek ini bertujuan untuk melakukan kritik dari identitas yang sudah dibuat oleh perusahaan, antara lain:)*
 - 3.2.1. Aspek Estetis
 - 3.2.2. Aspek Gaya Grafis
 - 3.2.3. Aspek Komunikasi
 - 3.2.4. Aspek Citra
 - 3.2.5. Aspek Identitas
 - 3.2.6. Aspek Simbolik
 - 3.2.7. **Aspek yang Lain Bisa Ditambahkan**
- 3.3. *Kesimpulan (berisi hal-hal pokok yang penting untuk dijadikan entry point dalam melakukan perancangan ulang atau baru)*
- 3.4. *Usulan Pemecahan Masalah (usulan ini dijadikan pijakan awal atau kerangka dalam melakukan penciptaan karya)*

4. KONSEP DESAIN

- 4.1. **Konsep Perancangan**
 - 4.1.1. Identitas yang Ingin Ditonjolkan
 - 4.1.2. Citra Visual yang Ingin Ditampilkan
- 4.2. **Strategi Perancangan**
 - 4.2.1. Unsur-unsur Visual yang Dipilih
 - 4.2.2. Warna Dasar yang Dipilih
 - 4.2.3. Tipe atau Jenis Huruf yang akan Digunakan
 - 4.2.4. Gaya Penampilan Grafis
- 4.3. **Kriteria Perancangan**
 - 4.3.1. Kriteria Umum (*berisi kajian teori tentang logo dan elemen-elemen estetis pembentuk identitas perusahaan*)
 - 4.3.2. Kriteria Khusus (*jelaskan secara singkat atau lebih tepatnya kesimpulan mengenai karakteristik perusahaan, misalnya: visi dan misi perusahaan, rencana strategis perusahaan, target audience, filosofi perusahaan, dll*)
- 4.4. **Rencana Aplikasi Logo dalam Sistem Corporate Identity**

5. PROGRAM DESAIN

5.1. Penyajian Data Visual

- 5.1.1. Data Visual: Bentuk Ikonik, Bentuk Simbolik
- 5.1.2. Data Visual: Bentuk atau Tipe atau Jenis Huruf

5.2. Pengembangan Bentuk Ide Logo

- 5.2.1. Pengolahan Bentuk Ikonik menjadi Bentuk Simbolik
- 5.2.2. Pengolahan Bentuk Huruf menjadi Bentuk Logotype

5.3. Sintesis atau Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Bentuk Logotype

5.4. Evaluasi untuk Menentukan atau Memilih Alternatif yang Terbaik (jelaskan mengapa logo tersebut dipilih)

5.5. Penyajian dalam Bentuk *Artwork* dari Logo yang Terpilih

- 5.5.1. Logo Positif-Negatif
- 5.5.2. Logo Monochrome
- 5.5.3. Variasi Ukuran (*hingga ukuran terkecil min. 2 cm X 2 cm*)
- 5.5.4. Mekanikal Desain (*Grid System*)
- 5.5.5. Minimum *Clear Area* (jarak sisi-sisi logo terluar dengan bidang kertas)
- 5.5.6. Aturan-Aturan Logo, misalnya:
 - Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Putih atau Warna Terang
 - Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Berwarna-Warni
 - Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Gelap atau Hitam atau Positif-Negatif
 - Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Warna Logo
 - Penerapan Logo pada Latar Belakang Gambar atau Foto
 - Modifikasi Logo (bila ada), misalnya: Efek, Cut Graphic/Cropping, dll.

5.6. Studi Penerapan Warna

5.7. Penyajian Final *Artwork*

6. APLIKASI LOGO DALAM SISTEM CORPORATE IDENTITY (adalah minimum aplikasi logo yang harus dibuat dalam berbagai media dengan memperhatikan potensi perusahaan).

Perusahaan yang dapat diambil sebagai subjek dalam Tugas Akhir Perancangan Corporate Identity diharapkan dan atau diwajibkan yang dapat memenuhi aplikasi dalam media berikut ini, antara lain:

6.1. Stationery (WAJIB DI MOCK-UP)

6.2. Merchandise (WAJIB DI MOCK-UP)

6.3. Signage/Papan Nama

6.4. Peralatan Kantor

6.5. Seragam

6.6. Kendaraan Kantor

6.7. Elemen Eksterior

6.8. Elemen Interior

6.9. Media Kreatif (misalnya penghargaan buat klien, plakat, monumen, dll)

- 6.10. Media Iklan (poster, banner, billboard, iklan majalah, iklan koran, dll) (WAJIB DI MOCK-UP)
- 6.11. Media Interaktif (misal: web, dll)
- 6.12. *Company Profile* (WAJIB ADA dan WAJIB DI MOCK-UP)
- 6.13. *GSM (Graphic Standart Manual)* (WAJIB ADA dan WAJIB DI MOCK-UP)
- 6.14. Poster Pameran Tugas Akhir (WAJIB ADA dan WAJIB DI MOCK-UP)
- 6.15. Katalog Pameran Tugas Akhir (WAJIB ADA dan WAJIB DI MOCK-UP)

7. PENUTUP

- 7.1. Kesimpulan
- 7.2. Saran

DAFTAR REFERENSI
LAMPIRAN

KETENTUAN CORPORATE IDENTITY YANG HARUS DIPENUHI:

Untuk kebutuhan ujian akhir dalam Sidang Tugas Akhir, mahasiswa juga **diwajibkan** membuat:

* Alur Sistem/Proses Pembuatan Logo Mulai dari Pracetak (Mulai Desain, *Dummy*, Film CMYK, Film *Spot Color* (kalau pakai warna khusus), Plat, Contoh Aplikasi *Full Colour* dan Hitam-Putih atau *Monochrome*) untuk beberapa media *stationary*.

Teknik penyajian proses dilakukan melalui papan informasi dengan ukuran menyesuaikan dari besar maupun jumlah item yang akan dipresentasikan. Sebagai gambaran, mahasiswa angkatan 2001 membuat papan informasi tersebut dengan ukuran 1,2 m X 2,4 m.

Plat diwajibkan ada sebagai contoh, bahwa logo yang dibuat bisa dicetak dalam arti sesungguhnya.

Film harus ada Color Guide dan Pass Cross.

Bila ada perlakuan khusus logo dalam beberapa media harus dijelaskan bagaimana, misalnya: *Cropping* atau *Cut Graphic*.

PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN DESAIN KEMASAN

**Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra**

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Data Produk

- 2.2.1. Sejarah Produk
- 2.2.2. Karakteristik Kemasan dan Logo
- 2.2.3. Karakteristik Konsumen
- 2.2.4. Informasi Pesaing

2.3. Data Pemasaran

- 2.3.1. Potensi Produk
- 2.3.2. Potensi Pasar

3. ANALISA DATA

3.1. Analisa Data Produk

- 3.1.1. SWOT
- 3.1.2. USP
- 3.1.3. POSITIONING

3.2. Analisa Desain

3.3. Analisa Target Market

3.4. Kesimpulan Analisa Data

4. KONSEP PERANCANGAN

4.1. Sintesis

- 4.1.1. Tujuan Perancangan
- 4.1.2. Strategi Perancangan

4.2. Konsep Kreatif

- 4.2.1. Tujuan Kreatif
- 4.2.2. Strategi Kreatif
- 4.2.3. Proses Kreatif
 - 4.2.3.1. Thumbnail
 - 4.2.3.2. Tight Tissue
- 4.2.4. Biaya Kreatif

5. APLIKASI PERANCANGAN

5.1. Elemen Grafis

5.2. Lay Out Kemasan -> Jaring-jaring dan Aplikasi Desain (berupa 3D)

5.3. Desain Akhir -> berupa Foto.

6. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

6.2. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF

**Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra**

HALAMAN JUDUL
LEMBAR PENGESAHAN
KATA PENGANTAR
UCAPAN TERIMA KASIH
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
ABSTRAK
DAFTAR ISI
DAFTAR GAMBAR (optional)
DAFTAR TABEL (optional)
DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data Produk

- 2.2.1. Data Produk
- 2.2.2. Data Pemasaran
 - 2.2.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.2.2.2. Wilayah Pemasaran
 - 2.2.2.3. Potensi Pasar
 - 2.2.2.4. Potensi Produk

2.3. Analisa Data

- 2.3.1. SWOT, USP, POSITIONING
- 2.3.2. Kesimpulan Analisa Data

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Sintesis

- 3.1.1. Tujuan Visualisasi
- 3.1.2. Strategi Visualisasi

3.2. Proses Kreatif

3.3. Konsep Kreatif

- 3.3.1. Konsep Karakter Tokoh Cerita

3.4. Biaya Kreatif

4. APLIKASI PERANCANGAN

4.1. Elemen Grafis

4.2. Elemen Multimedia

4.3. Interface Desain

4.4. Alur Desain Interaktif

4.5. Alternatif Layout (Karakter dan Layout)

- 4.5.1. Thumbnail
- 4.5.2. Tight Tissue
- 4.5.3. Final

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN AUDIO VISUAL (game, animasi)
Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra**

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data Produk

- 2.2.1. Data Produk
- 2.2.2. Data Pemasaran
 - 2.2.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.2.2.2. Wilayah Pemasaran
 - 2.2.2.3. Potensi Pasar
 - 2.2.2.4. Potensi Produk

2.3. Analisa Data

- 2.3.1. SWOT, USP, POSITIONING
- 2.3.2. Kesimpulan Analisa Data

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Sintesis

- 3.1.1. Tujuan Visualisasi
- 3.1.2. Strategi Visualisasi

3.2. Proses Kreatif

3.3. Konsep Kreatif

- 3.3.1. Konsep Karakter Tokoh Cerita

3.4. Biaya Kreatif

4. APLIKASI PERANCANGAN

4.1. Elemen Grafis

4.2. Elemen Multimedia

4.3. Interface Desain

4.4. Alur Desain Interaktif

4.5. Alternatif Layout (Karakter dan Layout)

- 4.5.1. Thumbnail
- 4.5.2. Tight Tissue
- 4.5.3. Final

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN AUDIO VISUAL (film, video klip)**

**Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra**

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data Produk

- 2.2.1. Data Produk
- 2.2.2. Data Pemasaran
 - 2.2.2.1. Strategi Pemasaran
 - 2.2.2.2. Wilayah Pemasaran
 - 2.2.2.3. Potensi Pasar
 - 2.2.2.4. Potensi Produk

2.3. Analisa Data

- 2.3.1. SWOT, USP, POSITIONING
- 2.3.2. Kesimpulan Analisa Data

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Sintesis

- 3.1.1. Tujuan Visualisasi
- 3.1.2. Strategi Visualisasi

3.2. Proses Kreatif

3.4. Konsep Kreatif

- 3.4.1. Konsep Karakter Tokoh Cerita

3.5. Biaya Kreatif

4. PROGRAM PERANCANGAN

4.1. Pra Produksi

- 4.1.1. Script
- 4.1.2. Storyline
- 4.1.3. Treatment
- 4.1.4. Storyboard

4.2. Produksi

4.3. Pasca Produksi

4.4. Proyek Akhir

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

**PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN
PERANCANGAN MEDIA CETAK**

(majalah, koran, atau tabloid)

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

[catatan: dapat berupa perancangan ulang (*redesign*) sebuah media cetak yang
(pernah) eksis atau perancangan sebuah media cetak baru]

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Batasan Masalah

1.4. Tujuan Perancangan

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Perusahaan

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-Rekan Seprofesi

1.5.3. Bagi Masyarakat

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Data Primer

- Wawancara

- Kuisioner

1.6.1.2. Data Sekunder --> Kajian Literatur

- Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, dll.

- Internet

- Dokumentasi

1.6.2. Metode Analisa Data

- Metode Kuantitatif atau Metode Kualitatif

- Analisa SWOT

1.7. Konsep Perancangan

1.8. Skematika Perancangan

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

2.1. Studi Literatur

2.2. Identifikasi Data

2.2.1. Data Media Cetak

Nama Majalah/Koran, Logo, Tagline/Slogan, Penerbit, Harga, Periode Terbit (Frekuensi), Susunan Redaksi, Sirkulasi (Oplah/Tiras), Distribusi

2.2.2. Karakteristik Fisik

Ukuran, Jumlah Halaman, Jenis & Tebal Kertas, Grid System (pembagian kolom), Format Style (Tipografi, Susunan Paragraf, dll.)

2.3. Analisa Pasar

2.3.1. Segmentasi Pasar

2.3.2. Potensi Pasar

2.3.3. *Positioning*

2.3.4. *Promise* (yang dijanjikan dari majalah/koran tsb.)

2.3.5. *Personality* (karakter/sifat-sifat dari majalah/koran tsb.)

2.3.6. *Support* (apa saja yang mendukung *positioning*, *promise*, dan *personality* dari majalah/koran tsb.)

2.3.7. *Target Audience* (Profil Pembaca/*The Readers*)

2.3.8. Jenis Artikel (*Editorial Content*)

2.3.9. Jenis Iklan

2.3.10. Sarana Komunikasi Visual yang Telah Ada

2.3.11. USP & ESP

2.3.12. Kompetitor/Pesaing

Data Media Cetak, Karakteristik Fisik, Segmentasi, Potensi, Positioning, Promise, Personality, Support, Target Audience, Jenis Artikel, Jenis Iklan, Sarana Komunikasi Visual yang Telah Ada, USP, ESP

2.4. Metodologi Penelitian

2.4.1. Populasi dan Sampel

2.4.2. Metode Pengumpulan Data

2.4.2.1. Kajian Pustaka (teori-teori yang mendukung)

2.4.2.2. Penelitian Lapangan (Observasi & Kuesioner)

- Tujuan Penyebaran Kuesioner

- Profil Responden

2.4.2.3. Wawancara

- Tujuan Wawancara

- Materi Wawancara

- Profil Nara Sumber

2.4.4. Metode Analisa Data

2.4.4.1. Analisa Kualitatif

2.4.4.2. Analisa Kuantitatif

2.4.6. Analisa Data

2.4.6.1. Analisa Kajian Pustaka

- 2.4.6.2. Analisa Observasi
- 2.4.6.3. Analisa Data Kuesioner (hasil beserta asumsi)
- 2.4.6.4. Analisa Wawancara
- 2.4.6.5. Analisa SWOT

2.5. Kesimpulan

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Perancangan Media Cetak

- 3.1.1. Tujuan Perancangan
- 3.1.2. Strategi Perancangan
- 3.1.3. Rencana Perancangan (logo, aplikasi, tipografi, format/layout, jumlah halaman, dsb.)

3.2. Konsep Pemasaran

- 3.1.1. Tujuan Pemasaran
- 3.1.2. Strategi Pemasaran
- 3.1.3. Program Pemasaran (penentuan segmen, harga, distribusi, tiras, dll.)

3.3. Konsep Perancangan Media Promosi

- 3.3.1. Tujuan Komunikasi Periklanan
- 3.3.2. Strategi Komunikasi Periklanan
- 3.3.3. Tujuan Media
- 3.3.4. Strategi Media
- 3.3.5. Program Media
- 3.3.6. Biaya Media

3.4. Konsep Kreatif (Promosi)

- 3.4.1. Tujuan Kreatif
- 3.4.2. Strategi Kreatif
- 3.4.3. Program Kreatif
- 3.4.4. Biaya Kreatif

4. PERANCANGAN MEDIA CETAK

4.1. Program Perancangan Media Cetak

- 4.1.1. Data Visual (referensi gambar, desain grafis, tipo, layout, dll.)
- 4.1.2. Pengembangan Ide (penentuan *style* yang dipilih & penjelasannya)
- 4.1.3. Aplikasi/Penerapan Rancangan
 - Nama Majalah/Koran, Logo, Tagline/Slogan, Penerbit, Harga, Periode Terbit Frekuensi), Susunan Redaksi, Sirkulasi (Oplah/ Tiras), Distribusi, Ukuran, Jumlah Halaman, Jenis & Tebal Kertas, Grid System (pembagian kolom), Format Style (Tipografi, Susunan Paragraf, dll.)
 - 4.1.3.1. Desain Alternatif
 - 4.1.3.2. Evaluasi & Seleksi
 - 4.1.3.3. *Final Artwork*

4.2. Program Perancangan Media Promosi

- 4.2.1. Desain Alternatif
- 4.2.2. Evaluasi & Seleksi

4.2.3. *Final Artwork*

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

KETENTUAN KARYA TA MEDIA CETAK:

A. IDENTITY:

- 1 (satu) majalah/koran bentuk, ukuran & tebal 100% & asli, berisi contoh2 artikel & iklan (fiktif ataupun nonfiktif) [iklan dapat diambil dari yang asli, atau di-re-design]
- 2 (dua) contoh desain cover, yang lain dari yang pertama (desain covernya saja)
- 1 (satu) halaman web contoh majalah/koran tsb dalam bentuk ONLINE

B. PROMOSI:

- 3 (tiga) poster iklan promosi/branding majalah/koran (ketiganya berbeda tapi satu tema)
- 1 (satu) iklan promosi majalah/koran pada media alternatif (flyer, transit, outdoor, dsb.)
- 1 (satu) poster pameran
- 1 (satu) katalog pameran

TOTAL KARYA: 10 items

PEDOMAN SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN

PENELITIAN ILMIAH

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR (optional)

DAFTAR TABEL (optional)

DAFTAR LAMPIRAN

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Penjelasan Judul

1.4. Keaslian Penelitian

1.5. Batasan Masalah

1.6. Tujuan Penelitian

1.7. Manfaat Penelitian

1.8. Metode Penelitian

1.9. Skematika Perancangan

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pengkajian Teori yang Dipergunakan

2.2. Pembahasan Penelitian yang Relevan

2.3. Penyusunan Kerangka Pikir dalam Pengajuan Hipotesis (dengan menyatakan asumsi, dan prinsip yang sekiranya ada)

2.4. Perumusan Hipotesis

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

3.2. Jenis Penelitian

3.3. Lokasi/Waktu Penelitian

3.4. Populasi dan Sampling

3.5. Prosedur Penelitian

3.6. Instrumen Penelitian

3.7. Sumber Data

3.8. Teknik Pengumpulan Data

- 3.8.1. Literatur
- 3.8.2. Wawancara
- 3.8.3. Kuesioner

3.9. Teknik Analisa Data

3.10. Teknik Menyimpulkan Data

4. HASIL PENELITIAN

- 4.1. Variabel yang Diteliti**
- 4.2. Analisa Data Kuesioner**
- 4.3. Data Responden**
- 4.4. Penafsiran Kesimpulan Analisa Data**
- 4.5. Kesimpulan Pengujian Hipotesa**

5. PENUTUP

- 5.1. Kesimpulan**
- 5.2. Saran**

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN