

PANDUAN TEKNIK PENULISAN MATA KULIAH TUGAS AKHIR

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa dan Desain

UNTUK MAHASISWA



**Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Tarumanagara
Jakarta – Maret 2015**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas selesainya penyusunan panduan sistematika dan teknik penulisan Mata Kuliah Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara. Tugas Akhir adalah karya ilmiah yang disusun menurut kaidah keilmuan dan wajib ditempuh oleh mahasiswa untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Seni Rupa dan Desain.

Buku panduan ini sebagai petunjuk bagi mahasiswa tingkat akhir yang akan menyusun skripsi atau tugas akhir. Dalam buku ini disajikan ketentuan pelaksanaan, garis-garis besar cara penulisan dan proses tugas akhir. Untuk memperoleh keseragaman dalam penyusunan penulisan laporan Tugas Akhir, maka diharapkan dengan adanya Petunjuk Penulisan Tugas Akhir dapat memudahkan mahasiswa dan pembimbing dalam menyusun laporan sesuai dengan format penulisan menurut standar yang berlaku umum dan disesuaikan dengan yang berlaku di Fakultas Seni Rupa dan Desain.

Saran dan masukan akan sangat kami harapkan untuk perbaikan lebih lanjut dimasa yang akan datang.

Demikian panduan ini kami buat. Akhir kata semoga buku ini bermanfaat dan dapat menunjang kelancaran mahasiswa dalam rangka menyiapkan diri dalam pengerjaan tugas akhirnya.

Jakarta, Maret 2015
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Tarumanagara

DAFTAR ISI

BAGIAN I	: Panduan Teknik Penulisan	4
BAGIAN II	: Panduan Sistematika Penulisan	9
BAGIAN III	: Pengembangan Media	33

BAGIAN I : PANDUAN TEKNIK PENULISAN TUGAS AKHIR DKV

A. BAHASA

Tugas Akhir ditulis dengan Bahasa Indonesia baku atau bahasa lain yang ditetapkan oleh jurusan/ program studi.

B. TEKNIK PENULISAN

Dalam menulis laporan karya tulis Tugas Akhir, maka kita harus memperhatikan ketentuan-ketentuan umum yang berlaku. Ketentuan-ketentuan itu antara lain :

1. UKURAN DAN MACAM KERTAS

- a. Kertas yang digunakan untuk membuat karya tulis Tugas Akhir adalah kertas jenis HVS 80 grm dengan ukuran kertas A4 (21 X 29,7 cm).
- b. Sampul (cover luar) berupa *hardcover* dari bahan karton dengan warna biru tua dan teks cover berwarna emas.
- c. Antara bab yang satu dengan bab lainnya diberi pembatas kertas HVS biru dengan logo UNTAR

2. CARA PENGETIKAN

- a. Seluruh uraian teks ditik dengan jarak dua spasi (2 spasi), kecuali kutipan-kutipan panjang yang telah ditetapkan cara pengetikannya. Tiap-tiap alinea baru dimulai dari setelah tujuh pukulan tik kosong. Bila alinea ini berada di bawah anak bab atau pasal yang jaraknya lebih dari tujuh pukulan tik, maka baris pertama alinea baru ditik bawah atau sejajar huruf pertama judul di atasnya.
- b. Standar huruf menggunakan nama huruf(font) *Times New Romans*
- c. Pengetikan dilakukan hanya satu sisi kertas saja, tidak bolak-balik.
- d. Ukuran huruf isi naskah 12 point(dengan huruf *Times New Romans*), 14 point untuk sub judul dan 16 point untuk judul utama.

3. MARGIN

Sebelah atas dan kiri masing-masing 4 cm. Posisi margin sebelah kanan, atas dan bawah masing-masing 3 cm.

4. NOMOR HALAMAN

Halaman-halaman bagian pendahuluan diberi nomor angka Romawi kecil (i, ii, iii, dan seterusnya). Nomor halaman bagian isi ditempatkan di tengah-tengah halaman bagian bawah dengan jarak kira-kira 1,5 cm dari tepi bawah dengan menggunakan angka Arab (1, 2, 3, dan seterusnya) untuk halaman yang berisi judul bab, dan di bagian atas sebelah kanan dengan jarak kira-kira 1,5 cm dari atas dan 3,5cm dari kanan untuk halaman yang tidak berisi judul bab.

5. PENGORGANISASIAN TULISAN ILMIAH

Laporan Tugas Akhir biasanya disusun berdasarkan suatu tata urutan yang baik. Tata urutan yang baik inilah yang kita namakan organisasi tulisan. Dengan organisasi tulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam mendalami apa yang kita tulis.

Dalam penulisan ilmiah dikenal dua tipe organisasi tulisan, yakni *Tipografi Angka-Huruf* dan *Tipografi Kesatuan Desimal*.

a. Tipografi Angka-Huruf

Pada tipografi angka-huruf, judul bab bernomor angka Romawi. Bagian-bagian pokok bab (subbab) berhuruf kapital; bagian lebih kecil lagi (sub-subbab) berangka Arab; perincian lebih kecil lagi diberi tanda huruf kecil. Jika bagian itu masih memiliki bagian yang lebih penting lagi, maka kita gunakan angka Arab berkurung tutup dan selanjutnya huruf kecil berkurung tutup. Demikian seterusnya. Untuk jelasnya, perhatikan bagan I berikut :

BAGAN I

JUDUL : SUMBER DAYA MANUSIA

BAB I. Terdapat beberapa macam sumberdaya untuk...

A. Sumberdaya manusia adalah...

1. Pimpinan merupakan...

a. Pimpinan puncak...

1) Kepemimpinan...

a) Gaya Kepemimpinan...

(1) Atasan-bawahan...

(a) Otoriter...

(2) Bawahan-atasan...

b) Hubungan antara...

2. Bawahan merupakan...

BAB II. dan seterusnya

6. PENOMORAN DAFTAR

Dalam penomoran daftar laporan Tugas Akhir, baik daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan seterusnya, penulisannya harus memperhatikan sistematika yang telah dibakukan.

Penomoran daftar pada lajur sebelah kiri yang berisikan bab atau yang lain harus rapi kiri, sedang untuk lajur sebelah kanan yang berisikan halaman atau data yang lain harus rapi tepi kanannya.

Untuk lebih jelasnya perhatikan contoh berikut :

Cara yang salah		Cara yang benar	
BAB I.	6	BAB I.	6
BAB II.	36	BAB II.	36
BAB III.	107	BAB III.	107
BAB IV.	1068	BAB IV.	1068
BAB V.	10780	BAB V.	10780

7. BERBAGAI ISTILAH

Dalam penulisan istilah menggunakan istilah Indonesia yang sudah di bakukan. Jika ingin menggunakan istilah asing, maka istilah tersebut dibuat miring (*italic*).

8. KESALAHAN PENGGUNAAN KATA DALAM KALIMAT

- a. Kata penghubung, seperti sehingga, dan sedangkan, tidak boleh dipakai memulai suatu kalimat.
- b. Kata depan, misalnya pada, sering dipakai tidak pada tempatnya, misalnya diletakan di depan subyek (merusak susunan kalimat).
- c. Kata di mana dan dari kerap kurang tepat pemakaiannya, dan diperlakukan tepat seperti kata "where" dan "of" dalam bahasa Inggris. Dalam bahasa Indonesia bentuk yang demikian tidaklah baku dan jangan dipakai.
- d. Tanda baca harus dipergunakan dengan tepat.

9. PENULISAN NAMA

Dalam membuat sebuah laporan Tugas Akhir terdapat teknis khusus dalam menuliskan nama, diantaranya:

- a. **Nama penulis yang diacu dalam uraian paragraf** hanya disebutkan nama akhirnya saja, dan kalau lebih dari 2 orang, hanya nama akhir penulis pertama yg dicantumkan dan selebihnya diganti dengan dkk atau *et al.*

Contoh: Menurut Kothler(1989:2) Promosi adalah.....

- b. **Nama semua penulis yang diacu dalam uraian daftar pustaka** harus dicantumkan seluruhnya, dan tidak boleh hanya penulis pertama yang ditambah dkk atau *et al* pada akhir namanya.

1) Contoh: Meisel, S.L, McCullough, J.P., Leckthaler, C.H., dan Weisz, P.B. 1976. *The Economic Design*.....

2) Tidak boleh di ketik hanya: Meisel, S.L. dkk atau Meisel, S.L. et all.

- c. **Nama penulis yang memiliki lebih dari satu suku kata**, maka di tulis dengan nama akhir diikuti dengan koma, singkatan nama depan, tengah dan seterusnya, yang semuanya di beri titik, atau nama akir diikuti dengan suku kata nama depan, tengah, dan seterusnya.

Contoh: Sutan Takdir Alisyahbana di ketik menjadi: Alisyahbana S.T atau Alisyahbana, Sutan Takdir.

- d. **Nama penulis yang diikuti dengan singkatan** dianggap sebagai satu kesatuan kata dengan kata depannya.

Contoh: Williams D. Ross Jr. Di ketik menjadi: Ross Jr., W.D

- e. **Derajat keserjanaan**, magister, doktor, maupun professor tidak perlu dicantumkan.

10. PENGGANDAAN LAPORAN

Laporan Tugas Akhir sebelum ditandatangani, wajib digandakan minimal 3 (tiga) eksemplar. 2 (dua) eksemplar menjadi milik perpustakaan universitas, sedangkan 1 (satu) eksemplar menjadi milik mahasiswa peserta. Pengandaan bisa saja lebih dari minimal jika ada permintaan dari pembimbing maupun dari penguji.

D. ETIKA PENYUSUNAN TUGAS AKHIR

Dalam penyusunan Tugas Akhir diperlukan kriteria ilmiah, persyaratan administratif, dan etika penyusunan Tugas Akhir. Penghargaan terhadap norma dan etika dalam perencanaan dan pelaksanaan penyusunan Tugas Akhir merupakan hal yang sangat penting. Untuk itu penyusun Tugas Akhir perlu menghargai integritas, kajian dan karya yang mencakup :

1. Kejujuran Akademik

Mencantumkan secara jelas semua sumber yang dijadikan acuan atau dimanfaatkan dalam penyusunan Tugas Akhir, dan memperoleh izin penggunaan apabila diperlukan. Penyusunan Tugas Akhir harus melaporkan kajiannya sesuai dengan hal yang sebenarnya.

2. Keterbukaan

Bersedia menerima kritik atau masukan demi peningkatan kualitas hasil kajiannya.

3. Tidak melakukan plagiasi karya

Salah satu komponen penting dalam penyusunan Tugas Akhir adalah hasil karya yang orisinal. Pembuatan perancangan karya harus dilakukan secara mandiri dan sebenarnya tanpa melakukan plagiasi terhadap karya lainnya.

BAGIAN II : PANDUAN SISTEMATIKA PENULISAN TUGAS AKHIR DKV

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam sebuah penyajian karya tulis Tugas Akhir umumnya terdiri dari tiga bagian utama, yakni *bagian pendahuluan* (bukan bab pendahuluan), *bagian isi*, dan *bagian penutup*.

1. BAGIAN PENDAHULUAN

- a. HALAMAN JUDUL (Cover, *template* di tadkvuntar@wordpress.com)
- b. DAFTAR ISI
- c. HALAMAN PENGESAHAN (*template* di tadkvuntar@wordpress.com)
- d. HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA (*template* di tadkvuntar@wordpress.com)

e. KATA PENGANTAR

Merupakan lembar untuk mengantarkan pada isi laporan Tugas Akhir. Pada bagian paling akhir biasanya berisi harapan penulis atas kritik dan saran untuk perbaikan tulisan tersebut dari pembaca. Kata pengantar belum dianggap sebagai bab pendahuluan, oleh sebab itu penempatannya harus diluar tubuh tulisan.

f. UCAPAN TERIMA KASIH

Berisi uraian dan ucapan terima kasih serta penghargaan kepada pihak yang telah membantu dalam perancangan (minimal kepada: orang tua, Ketua Jurusan, Pembimbing Tugas Akhir, dan lain sebagainya).

g. DAFTAR ISI

Daftar isi merupakan daftar halaman yang dijabarkan secara terinci, mulai dari kata pengantar hingga lampiran data. Dalam bagian ini dicantumkan bab-bab, sub-bab, sub subbab, disertai dengan nomor halaman tempat bagian-bagian tersebut yang terdapat dalam tulisan. Daftar ini diletakan pada halaman baru setelah halaman kata pengantar.

- n. **DAFTAR TABEL (JIKA ADA)**
- o. **DAFTAR GRAFIK / BAGAN (JIKA ADA)**
- p. **DAFTAR GAMBAR/KARYA/FOTO (JIKA ADA)**
- q. **DAFTAR LAMPIRAN (JIKA ADA)**
- r. **DUA MACAM ABSTRAK BAHASA INGGRIS DAN BAHASA INDONESIA**

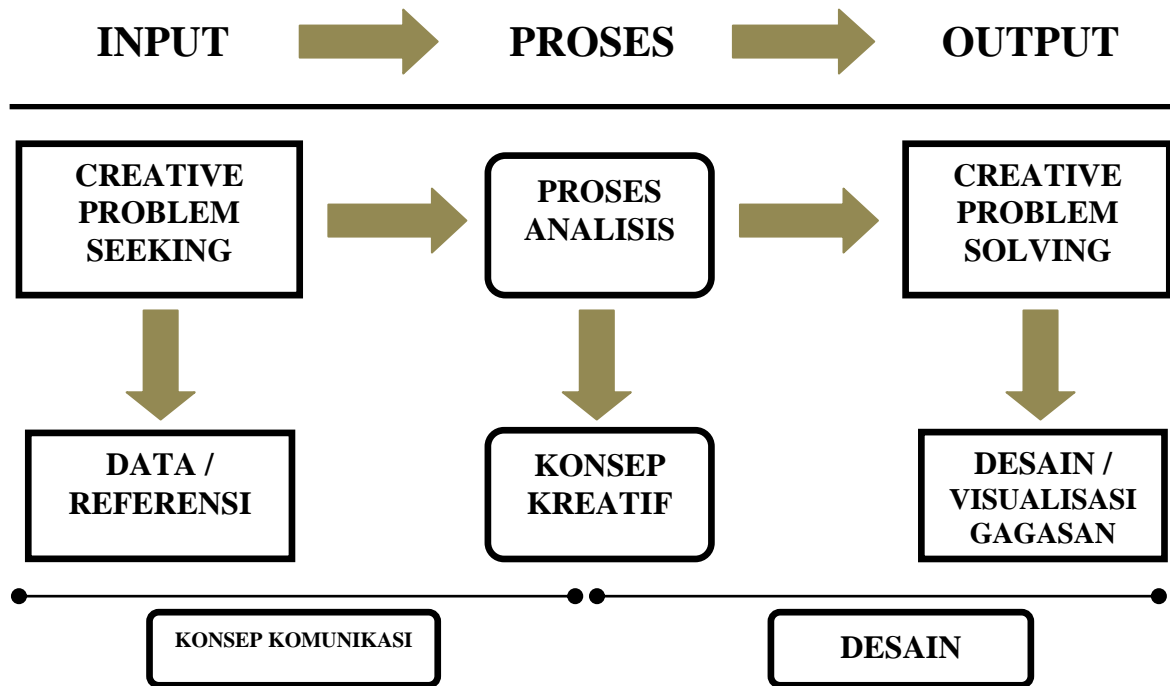
Merupakan intisari dari isi laporan Tugas Akhir berupa uraian singkat dan tidak diperbolehkan menampilkan gambar (*figure*). Abstrak merupakan gambaran sepintas mengenai isi keseluruhan tulisan.

Penulisannya dilakukan dalam Bahasa Indonesia dan Inggris. Isi abstrak memuat secara garis besar tujuan perancangan, metodologi perancangan dan kesimpulan perancangan.

Seluruh uraian ditulis dalam jarak 1 spasi (maksimal 3 halaman). Tulisan Judul abstrak, diletakkan pada posisi tengah halaman dengan jarak 4 cm dari sisi(batas) atas halaman dan menggunakan huruf besar.

2. BAGIAN ISI

Pada bagian isi peserta Tugas Akhir di minta menuangkan bentuk proses penyelesaian masalah dalam judul/topik yang diambil dalam proyek Tugas Akhir. Ada baiknya sebelum peserta Tugas Akhir memulai untuk menulis bisa melihat dan memahami bagan proses berpikir kreatif desain yang bisa disimak berikut ini:



BAB I. PENDAHULUAN

Berisi tentang :

A. Latar belakang:

Berisi uraian mengapa suatu judul di pilih, fenomena yang terjadi. Uraian riwayat terjadinya judul tersebut. Urgensi permasalahan yang diangkat. Latar belakang terdiri dari perpaduan antara fakta yang berisi data-data pendukung permasalahan dan dapat dilengkapi dengan ringkasan teori secara umum yang mendukung permasalahan. Uraikan dengan rinci pemahaman judul proyek yang di ambil.

B. Identifikasi Masalah :

Menegaskan tentang berbagai masalah yang ditemukan dalam proses pengungkapan judul proyek yang diambil. Terdiri dari terdiri dari poin-poin kalimat pernyataan permasalahan yang berasal dari paragraf-paragraf yang disebutkan pada Latar Belakang masalah.

C. Rumusan Masalah :

Hal utama apa yang menjadi permasalahan utama dari topik ini. Perumusan masalah pada akhirnya ditutup dengan bentuk kalimat pernyataan atau pertanyaan. Namun pada umumnya diakhiri dalam bentuk kalimat tanya, sebab hal ini akan lebih mengarahkan pada pemecahan masalah dan pembahasan masalah.

Karena hasil akhir dari mata kuliah Tugas Akhir ini adalah karya, maka rumusan masalah dituliskan dalam kalimat Tanya dengan kata kunci “merancang” dan diawali dengan kata tanya “Bagaimana”,

Contoh:

1. Bagaimana merancang Identitas Visual PT XYZ agar dapat ?
2. Bagaimana merancang kampanye sosial bahaya merokok dikalangan remaja usia 12-15 tahun ?

D. Batasan dan Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup adalah batasan topik atau pengertian yang akan dibahas atau dikemukakan dalam penulisan laporan perancangan. Hal ini membatasi pembahasan agar tidak melebar, menjadi fokus dan tertib dalam penjabarannya. Hal yang dikemukakan pada bagian ini adalah variabel-variabel yang menjadi objek perancangan, subjek / khalayak sasaran atau lokasi yang berhubungan dengan perancangan. Batasan atau Ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas, bisa berupa : Apa yang akan dikerjakan, Area, Waktu, Segmen : untuk pembahasan yang lebih fokus.

E. Tujuan Perancangan

Menegaskan harapan yang ingin di capai dalam penyelesaian masalah. Tujuan pada bagian ini dijabarkan dengan lebih umum. Contoh : “Kampanye bertujuan anak jalanan dalam pendidikan”. Tujuan juga harus sejalan dengan ketentuan yang dinyatakan dalam rencana kerja peserta Tugas Akhir sebagai penulis, peneliti dan desainer kreatif.

F. Metode Perancangan

Metode Perancangan : Menjelaskan bagaimana tahapan perancangan yang akan dilakukan yaitu suatu proses berpikir sistematis dalam menyelesaikan suatu permasalahan untuk mendapatkan hasil yang maksimal sesuai dengan tujuan perancangan yang ditentukan. Penjelasan dijabarkan mulai kegiatan awal rangkaian kegiatan dalam proses pembuatan, metode dan konsep kreatif apa yang digunakan, sampai tahapan desain akhir yang akan dibuat. (Gunakan metodologi desain)

**** Bagian ini bisa disempurnakan setelah proses perancangan selesai, sesuai langkah yang telah dilakukan.**

Metode Pengumpulan Data : Menjelaskan cara pengumpulan data-data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan dokumentasi lapangan(foto, sketsa keadaan). Hal lain yang perlu dilakukan adalah wawancara dengan narasumber terkait. (Gunakan metodologi penelitian)

G. Sistematika Penulisan

Uraian sistematika penulisan laporan yang akan digunakan

BAB II. PERSPEKTIF TEORI

Berisi mengenai data-data, antara lain:

- A. Tinjauan Umum:** berisi mengenai acuan teori atau pengetahuan umum yang berkaitan dengan proyek rancangan yang diambil dari literatur / referensi . Teori yang digunakan harus relevan dengan tema yang diteliti.
- B. Tinjauan Khusus:** berisi mengenai acuan teori atau pengetahuan secara khusus tentang proyek lembaga terkait yang sedang dirancang secara mendalam.
- C. Terminologi/Istilah:** penjelasan istilah dan kata-kata asing yang terkandung dalam laporan Tugas Akhir, yang relevan dengan proyek. Tujuannya adalah agar terhindarnya kesalahan pemahaman pembaca.

BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH

(atau laporan hasil survey) berisi tentang:

Berbagai data temuan yang telah dikumpulkan dan diteliti, dalam berbagai bentuk. (diskripsi fenomena serta analisis atas faktor-faktor positif dan negatif yang dikandung, serta dicari apa penyebabnya)

A. DATA LAPANGAN:

1. Organisasi / perusahaan, instansi sebagai pemberi proyek

- a. Nama Legal
- b. Nama komunikatif
- c. Identitas visual, logo
- d. Lingkup layanan (*scope of service*)
- e. Lingkup wilayah usaha
- f. Visi dan misi
- g. Bagan organisasi
- h. Prestasi Historis Perusahaan
- i. Pemilik kepentingan perusahaan (pasar, pemilik saham, pemasok, klien dst)

2. Produk / Layanan / Gagasan

Data Produk : Barang atau Jasa atau Idea Fakta tentang gejala/ fenomena yang terjadi, dan permasalahan yang dihadapi. Data tersebut disesuaikan dengan topic yang diambil, diantaranya :

- a. Nama produk / layanan / gagasan
- b. Identitas visual, merek, dll
- c. Presentasi produk, kemasan dll
- d. Harga produk
- e. Distribusi dan outlet produk
- f. Promosi saat ini
- g. Riwayat daur hidup produk
- h. Manfaat utama produk

- i. Fitur khusus produk
- j. Data produk penting lainnya

B. ANALISIS SWOT

1. Analisis SWOT

INTERNAL : Organisasi, Produk, Distribusi, Harga dan Promosi saat ini

EKSTERNAL : Pesaing, Persaingan, Sikap Masyarakat, Peraturan Pemerintah dst

2. Kesimpulan SWOT

Used Streght, Overcome Weakness, Exploit Opportunity, Avoid Threat

C. ANALISIS KHALAYAK SASARAN

Data Khalayak Sasaran : Berisi tentang kumpulan data hasil survei / angket / kuisisioner.

1. Geografis
2. Demografis (usia, gender, penghasilan)
3. Psikografis (gaya hidup, selera, media informasi/ sosialisasi)
4. Behavioral
5. Kesimpulan Analisis Khalayak Sasaran

Pada butir ini dicoba disimpulkan ciri atau karakter khusus khalayak sasaran dan identifikasi diri kelompok khalayak sasaran. (Semisal : baby-boomers, X, Y, atau Z generation, Yuppies, Metroseksual, Bobos, Abangan, Santri, Priyayi< K-Pop Generation dst)

Contoh data yang ditampilkan :

- a. Grafik / tabel perhitungan hasil kuisisioner dan hasil analisisnya.
- b. Data hasil wawancara (sudah dirangkum bukan Tanya : ...; Jawab : ..) dan data hasil kuisisioner sudah berupa grafik batang

D. ANALISIS PERSAINGAN DAN PESAING

Pesaing aktif (berdasarkan kategori produk atau jasa, proksimitas geografis, posisi SOM di pasar dst). Bisa juga pesaing pasif bila itu bersifat ideology, maupun gagasan sosial budaya.

E. ANALISIS LAIN

Analisis lain yang relevan bisa dibuat juga bila diperlukan, semisal analisis semiotika, analisis budaya, analisis komunikasi, analisis bentuk dan gaya, ataupun analisis bidang manajemen produk, semisal Strategig Bussines Analysis dan lain-lain yang relevan.

F. LAPORAN HASIL DATA LAINNYA

Laporan hasil observasi / survei / temuan dan wawancara di lapangan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dipecahkan dalam proyek Tugas Akhir.

Data tersebut dapat mulai dianalisis diantaranya dengan mengelompokkan, menguraikan atau membandingkan dengan teori yang digunakan (Perspektif Teori pada Bab II). Hasil analisis tersebut akan digunakan sebagai acuan pembuatan konsep perancangan pada bab berikutnya. (*Creative problem seeking or programming*)

Contoh: Dalam proses penelusuran ke PT VIRTUAL, ditemukan banyak ruang yang tidak memiliki keterangan, sehingga membuat pengunjung yang baru pertama kali datang merasa kesulitan mencari ruang yang dituju. Unsur komunikasi sangat minim.....

BAB IV. KONSEP PERANCANGAN

Berisi tentang :

Pada bab ini mahasiswa membuat keputusan-keputusan untuk membuat konsep kreatif dari desain yang akan diterapkan pada media. Terdapat dua tahap dalam menetapkan konsep perancangan, yaitu menetapkan tujuan (lebih kongkrit/spesifik berdasarkan temuan data lapangan pada Bab III. Misalnya. Tujuan untuk menemukan Berapa rumah singgah, para pendonor/fund rising dll) dan strategi perancangan. Penetapan dilandasi tujuan fungsional dari desain, yaitu untuk mengkomunikasikan pesan persuasif. (*Creative problem seeking or designing/ conception/ creative thinking*)

Perancangan media juga harus dijelaskan, mulai dari strategi media, keputusan pemilihan media, program media sampai kepada perhitungan biaya produksi. Setelah melewati tahap

tersebut kemudian ditetapkan unsur verbal misalnya (sub judul, slogan, kata kunci, body copy dan sebagainya). Kemudian proses dilanjutkan dengan penetapan unsur visual (tipografi, logo, warna, ilustrasi, fotografi dan sebagainya). Konsep usahakan berbentuk visual (sketsa-sketsa) dengan keterangan verbal.

Pada bab ini penjelasan mengenai konsep desain yang meliputi konsep kreatif / visual / media dll disesuaikan dengan jenis peminatan yang diambil. Berikut panduan daftar isi Bab IV untuk tiap topik atau proyek sesuai dengan peminatannya :

A. PEMINATAN ADVERTISING

TOPIK : KAMPANYE PERIKLANAN

a. Fakta-fakta kunci (*Key Facts*)

Disini diuraikan beberapa butir fakta kunci hasil temuan, observasi dan analisis yang telah dilakukan pada Bab III, yang dianggap akan sangat berperan dalam keputusan perancangan

b. Tujuan Kampanye Periklanan

Disini harus ditetapkan tujuan kampanye secara kongkrit, baik kualitatif maupun kuantitatif (bila ada).

c. Simulasi Proses Adopsi

Disini harus ditetapkan proses adopsi apa saja yang sesuai dengan sifat kampanye dan khalayak sasaran. Pilih salah satu proses adopsi : Think – Feel – Do, AIDA, AIDCA, Costumer Respons Index dan sebagainya. Simulasikan perhitungannya dalam bentuk bagan sesuai dengan tujuan kampanye yang telah ditetapkan pada butir A.

d. *Insight* dan Metode Penggagasan

1. *Insight*

Disini harus diuraikan secara singkat dan mendalam tentang pemahaman (kognitif) serta penghayatan (afektif) tentang hubungan materi pesan kreatif dengan perilaku khalayak sasaran

2. Metode Penggagasan

Disini diuraikan bagaimana gagasan dihasilkan, apakah melalui : check listing, sinektika visual, metafora visual, curah gagasan (brainstorming) peta pikiran (mind

mapping), metode sintagma paradigm., bite system, mood board dll yang digunakan penulisan dalam menghasilkan gagasan. Dalam mengenerate ide harus orisinal dan harus ditulis.

e. Strategi dan Konsep Kreatif

1. Strategi Kreatif

Disini diuraikan strategi kreatif yang akan dipilih oleh penulis : The right-brain, The left-brain, atau the whole brain strategy?, Brnd as a hero, atau Costumer as e hero?, atau generic, preemtif, dst? Boleh juga mengacu kepada pikiran para agensi periklanan tertentu.

2. Konsep Kreatif

Disini diuraikan temau utama, narasi, ide, ajang, gaya atau apapun gagasan unik yang akan ditampilkan

f. Keputusan kreatif

1. Berisi keputusan verbal

- a. Brand name
- b. Taglines
- c. Keywords
- d. Bodycopy
- e. Basedline
- f. dll

2. Keputusan visual

- a. Logo produk / Logo kampanye (yang sudah ada, bukan merancang logo baru)
- b. Kemasan
- c. Tipografi
- d. Brand character
- e. Skema warna
- f. Bentuk
- g. Layout
- h. Dll

3. Keputusan kreatif lainnya (musical, kinektikal,tactual dsb)

- i. Jingle
- j. Gimmick
- k. dll

g. Strategi media

Disini dibahas mengenai penentuan pemilihan ragam dan bentuk media yang akan digunakan dalam proyek kampanye

h. Biaya Media

Tabel jadwal media (mediam schedule) yang rasional sesuai dengan periode kampanye yang ditetapkan (1, 3, 6 bulan? 1 atau 2 tahun?) dan uraikan apa strategi media yang dipilih : kontinyu, pulsing, ledakan, flighting?

i. Biaya Kampanye

Buatlah perhitungan biaya :

- a. Biaya pengembangan konsep dan gagasan serta desainer fee
- b. Biaya pengembangan setiap media
- c. Biaya outsource, vendors, special art professional (out of pocket)
- d. Biaya produksi
- e. Biaya media

B. PEMINATAN DESAIN GRAFIS

TOPIK : PENGEMBANGAN MEREK / IDENTITAS VISUAL

a. Fakta-fakta kunci (*Key Facts*)

Disini diuraikan beberapa butir fakta kunci hasil temuan, observasi dan analisis yang telah dilakukan pada Bab III, yang dianggap akan sangat berperan dalam keputusan perancangan

b. Tujuan Pengembangan Merek

Disini harus ditetapkan tujuan kampanye secara kongkrit, baik kualitatif maupun kuantitatif (bila ada).

c. *Insight* dan Metode Penggagasan

1. *Insight*

Disini harus diuraikan secara singkat dan mendalam tentang pemahaman (kognitif) serta penghayatan (afektif) tentang hubungan materi pesan kreatif dengan perilaku khalayak sasaran

2. Metode Penggagasan

Disini diuraikan bagaimana gagasan dihasilkan, apakah melalui : check listing, sinektika visual, metafora visual, curah gagasan (brainstorming) peta pikiran (mind mapping), metode sintagma paradigm., bite system, mood board dll yang digunakan penulisan dalam menghasilkan gagasan. Dalam mengenerate ide harus orisinal dan harus ditulis.

d. Strategi dan Konsep Kreatif

1. Strategi Kreatif

Disini diuraikan strategi kreatif yang akan dipilih oleh penulis : The right-brain, The left-brain, atau the whole brain strategy? Dll (catatan pilih salah satu saja yang disetujui penulis)

2. Konsep Kreatif

Disini diuraikan temau utama, narasi, ide, ajang, gaya atau apapun gagasan unik yang akan ditampilkan

3. Struktur Arsitektur merek

Disini ditetapkan relasi antara identitas-perusahaan dengan identitas produk-produk yang dihasilkan. Monopoli, endorse atau *fully branded*?

e. Keputusan kreatif

1. Berisi keputusan verbal

- a. Brand name
- b. Taglines
- c. Keywords
- d. Bodycopy
- e. Basedline
- f. Dll

2. Keputusan visual
 - a. Logo produk / Logo kampanye
 - b. Kemasan
 - c. Tipografi
 - d. Brand character
 - e. Skema warna
 - f. Bentuk
 - g. Layout
 - h. dll
3. Keputusan kreatif lainnya (bila ada)
 - a. Gimmick, dll

f. Brand / Graphic Standar Manual (GSM)

Disini dijelaskan isi proposal merek, susunan panduan penggunaan merek /logo.

Didalamnya harus menyangkut data-data tentang :

- a. perusahaan dan produk,
- b. naming,
- c. brand story,
- d. proses abstraksi logo,
- e. logo dan tagline, d
- f. alam grid,
- g. pembesaran dan pengecilan logo,
- h. brand character,
- i. penempatan dan perlakuan logo,
- j. penggunaan logo,
- k. tagline dan brand character pada stationaries,
- l. amenities, promo material,
- m. signage dll.
- n. Bila ada yang bersifat non-visual, maka harus disertakan juga.

g. Biaya Pengembangan Merek

Buatlah perhitungan biaya dalam judul “brand Proposal” :

- a. Biaya pengembangan konsep dan gagasan serta desainer fee
- b. Biaya penciptaan setiap elemen merek / logo
- c. Biaya pengembangan GSM
- d. Biaya outsource, vendors, special art professional (out of pocket)
- e. Biaya produksi dan konsultasi

TOPIK : DESAIN BUKU, atau TERTBITAN BERKALA

a. Fakta-fakta kunci (*Key Facts*)

Disini diuraikan beberapa butir fakta kunci hasil temuan, observasi dan analisis yang telah dilakukan pada Bab III, yang dianggap akan sangat berperan dalam keputusan perancangan

b. Tujuan Perancangan Buku / Majalah

Disini harus ditetapkan tujuan kampanye secara kongkrit, baik kualitatif maupun kuantitatif (bila ada).

c. *Insight* dan Metode Penggagasan

1. *Insight*

Disini harus diuraikan secara singkat dan mendalam tentang pemahaman (kognitif) serta penghayatan (afektif) tentang hubungan materi pesan kreatif dengan perilaku khalayak sasaran

2. Metode Penggagasan

Disini diuraikan bagaimana gagasan dihasilkan, apakah melalui : check listing, sinektika visual, metafora visual, curah gagasan (brainstorming) peta pikiran (mind mapping), metode sintagma paradigm., bite system, mood board dll yang digunakan penulisan dalam menghasilkan gagasan. Dalam mengenerate ide harus orisinal dan harus ditulis.

d. Strategi dan Konsep Kreatif

1. Strategi Kreatif

Disini diuraikan strategi kreatif yang akan dipilih oleh penulis : The right-brain, The left-brain, atau the whole brain strategy? Dll (catatan pilih salah satu saja yang disetujui penulis)

2. Konsep Kreatif

Disini diuraikan tema utama, narasi, ide, ajang, partisipasi eksperiensial, happening art, instalasi atau apa pun gagasan unik yang akan ditampilkan. Uraian disini untuk menjawab pertanyaan seperti : Dimanakah, dalam lingkungan apa, dalam kesempatan apa buku yang diciptakan akan digunakan? Mengapa penting?

3. Gaya eksekusi kreatif

Adakah keputusan gaya desain, stilistik yang dipilih dalam desain buku ini? Baik dalam hal format, gaya layout, gaya ilustrasi, yang anda pilih sebagai bagian dari eksekusi kreatif yang relevan dengan masalah desain yang dihadapi?.

e. Keputusan kreatif

1. Berisi keputusan fisik buku

- a. Jenis buku
- b. Format buku
- c. Jumlah halaman
- d. Anatomi buku
- e. Pembaban buku atau rubrikasi
- f. Gramatur kertas
- g. Dll

2. Keputusan Verbal

- a. Judul buku
- b. Sub judul buku
- c. Rubrikasi
- d. dll

3. Keputusan visual

- a. Layout
- b. Tipografi
- c. Ilustrasi
- d. Skema warna
- e. Bentuk

f. dll

4. Keputusan kreatif lainnya (bila ada)

f. Biaya Perancangan dan Produksi

Buatlah perhitungan biaya dalam judul “brand Proposal” :

- a. Biaya pengembangan konsep dan gagasan serta desainer fee
- b. Biaya kreatif
- c. Biaya produksi
- d. HET

C. PEMINATAN MULTIMEDIA

TOPIK : FOTOGRAFI, WEB DESIGN, MOBILE AOPS, MULTIMEDIA INTERAKTIF

Peminatan Multimedia

(fotografi, web design, mobile apps, multimedia interaktif)

a. Fakta-Fakta Kunci dari hasil analisis data (Key Facts).

Fakta-fakta dari uraian Bab III yang merupakan referensi untuk perancangan multimedia. Data evaluasi program yang sudah jalan atau harapan program ke depan, data target sasaran, SWOT, dan analisis lainnya . masalah desain diidentifikasi lewat analisis visual.

Deskripsikan pesan apa yang ingin disampaikan? Siapa targetnya? Bagaimana lifestyle sasaran?

Hal-hal d atas dituliskan dalam bentuk poin-poin.

b. Tujuan Perancangan (objective)

Tujuan dari perancangan multimedia perlu dijelaskan secara baik agar relevan dengan output yang dihasilkan. Cara membuat tujuan perancangan / objective adalah penggunaan kalimat kerja, contoh: tujuan perancangan multimedia interaktif untuk perusahaan X adalah membuat aplikasi *mobile* yang memberikan informasi fasilitas di tempat mereka dengan mengusung desain yang menarik, memiliki

identitas perusahaan, dapat digunakan anak-anak maupun dewasa, dan memiliki fitur GPS.

c. Konsep kreatif

Diungkapkan pemahaman dari tujuan perancangan, target sasaran, dan gagasan ke dalam bentuk konsep. Terjemahkan konsep dalam kata sifat.

d. Pra produksi

Tuliskan tahapan dalam membuat perencanaan jadwal, biaya, naskah, storyboard, dan proses pra produksi lainnya sesuai dengan media yang dirancang.

e. Produksi

Tuliskan tahapan dalam eksplorasi teknik atau software yang digunakan, format media yang dirancang, pengambilan gambar, pembuatan animasi, penciptaan karakter dan proses produksi lainnya sesuai dengan media yang dirancang.

f. Paska produksi

Tuliskan tahapan paska produksi seperti: proses *editing*, *dubbing*, *input* musik, *finishing* foto dan sebagainya sesuai dengan media yang dirancang.

g. Testing dan evaluasi

Jika ada proses testing dapat dituliskan hasilnya dalam laporan.

BAB V. PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

Berisi tentang:

Bab yang berisikan hasil kreatif desain yang dituangkan dalam bentuk gagasan visual dalam perwajahan/layout desain. Pada setiap rancangan perwajahan/layout diberi narasi

penjelasan secara deskriptif, tahap demi tahap perancangan sampai dengan hasil akhir.
(*Creative problem seeking or design and technical drawing*)

3. BAGIAN PENUTUP

BAB VI. PENUTUP

Berisi tentang :

- a. **Rangkuman** : Pemaparan mengenai rangkuman hasil proses perancangan yang didapatkan dari proyek Tugas Akhir.
- b. **Saran** : Peserta juga diminta untuk membuat sebuah saran yang membantu perkembangan proyek Tugas Akhir berikutnya.

H. DAFTAR PUSTAKA

Merupakan berbagai sumber rujukan yang dipakai dalam laporan Tugas Akhir. Menggunakan hasil tulisan dan karya orang lain baik sebagai individu atau lembaga, secara keseluruhan maupun sebagian, secara langsung maupun melalui referensi ilmiah, maka harus di cantumkan dalam kutipan dan daftar pustaka. Penulisan di buat dalam format urutan abjad ke bawah.

CARA MENULISKAN DAFTAR PUSTAKA

Format daftar pustaka yang digunakan adalah ADP, AP-MLA atau Chicago. Karakteristik dari format ini yaitu **Nama Penulis – Judul Tulisan – Nama Penerbit** diuraikan dibawah ini.

Nama Penulis. Nama penulis dimulai dengan nama kedua (nama keluarga), kemudian diberi tanda koma dan baru diikuti nama pertamanya. Daftar pustaka ini diurut menurut alphabet berdasarkan huruf pertama dari nama keluarga penulis pertama. Bila penulis lebih dari satu orang, maka nama penulis kedua dan seterusnya disusun sesuai dengan nama aslinya, yaitu nama pertama, disusul dengan nama keluarganya, dan urutannya mengindahkan urutan alphabet, serta antara nama penulis pertama dengan penulis kedua dipisahkan dengan

tanda koma. Bila penulis lebih dari empat orang, setelah nama penulis pertama dicantumkan huruf et al. atau dkk.

Judul Tulisan. Judul tulisan seluruhnya diberi tulisan huruf miring (*italics*). Judul tulisan dicantumkan sesuai dengan aslinya, dengan memberikan huruf besar pada setiap huruf pertama dari kata kecuali kata sambung. Sub-judul dipisahkan dari judul dengan mencantumkan titik dua diantara keduanya.

Data Penerbit. Data penerbit dimulai dengan mencantumkan nama tempat/kota penerbitnya, diikuti dengan nama penerbitnya. Tahun penerbit dicantumkan setelah nama penulis dicantumkan, kemudian judul dan seterusnya.

a. Rujukan dari buku ilmiah

1) Penulis/pengarang:

Contoh : Saanders, Donald H. (1990). *Statistics : A Fresh Approach*. Singapore : Mc.Graw Hill.

2) 2 Penulis/pengarang:

Contoh : Siegel, Sidney., and John Castellan Jr. (1988). *Nonparametric Statistics : For the Behavioral Sciences*. Singapore : Mc.Graw Hill.

3) 3 penulis/pengarang

Contoh : Broom, Leonard., Philip Selznick, and Dorothy B. Darroch. (1981). *Sociology*. New York : Harper & Row.

4) Lebih 3 penulis/pengarang

Contoh : Watson, Collin J., et.al. (1990). *Statistics : For Management and Economics*, Massachusetts : Allyn and Bacon.

b. Penulis tidak diketahui namanya

Bila nama penulis tidak diketahui atau tidak tercantum pada halaman judul, maka cantumkan anonim sebagai pengganti nama penulis.

Contoh : Anonim. (1990). *Training With NLP : Skills for Managers, Trainers and Communicators*. San Fransisco : Thorsons.

c. Penulis adalah lembaga penerbit

Contoh : UPT Tarumanagara. (1995). *Tinjauan Desain*. Jakarta.

d. Jurnal Nasional maupun Internasional

Suatu terbitan yang ditujukan untuk pembaca dari kalangan akademik atau professional disebut jurnal.

Contoh : Basarah, David J. "Calculating the Return on Training Investment." *Journal of Evaluation Practice*, vol.11, no.3, Oct. 1990 : 177-185.

e. Majalah

Contoh 1: Tuchman, Barbara w. "The Decline of Quality." *New York Times Magazine*, Second Edition, 2 Nov. 1980, 38-57.

Contoh 2: Miller, Annetta. "Just Do It." *Newsweek : Computers & the Family*, Fall/Winter, 1995, 37-45.

Contoh 3: "Champions in Competitiveness." *Malaysia Trade Quaterly*, Apr.-June 1995, 11-15.

Contoh 4: "Which Way? : At a Crossroads, APEC Must Bridge Basic Differences." *Asiaweek*, 1st Edition, 27 Oct. 1995, 29-32.

f. Surat kabar

Contoh 1: Suwantonno, Antonius. "Keaneka-an Hayati Mikroorganisme : Menghargai Mikroba Bangsa," *Kompas*, 24 Des. 1995, 11.

Contoh 2: "Potret Industri Nasional : Tak Berdaya Dihantam Impor Komponen dan Disortasi Pasar," *Kompas*. 23 Des. 1995, 13.

Contoh 3: "Menyambut Terbentuknya Badan Pengurus Kemitraan Deklarasi Bali." Tajuk Rencana (*editorial*). *Kompas*, 22 Des. 1995, 4.

g. CD ROM

Contoh : Reeves, J., & Maibach, H. (1995). *Clinical Dermatology Illustrated (CDI)*. [CD-ROM].

h. Rekaman kaset

1) Rekaman tunggal

Contoh : Brown, D.(Writer).(1995). *The Da Vinci Code*(Cassette recording). Blythe, NAS Digital Fortress Production.

2) Satu dari sejumlah rekaman

Contoh : Rokhadi, A. (Promotion Planner). (2006). 25 Minute Discussion in Institut Teknologi Bandung (cassette recording). In *two program tapes* (Tape 3, Side B). Radio Singapore International (RSI), VIC Krisna & Gita

i. Rekaman video

Contoh : Hadinegoro, S. (Producer), & Rezeki, S (Presenter). (2003). *Sari Peditri Untuk Dokter Umum dan Dokter Anak: Memperluas wawasan praktisi pediatri serta memberi alternatif pemecahan masalah, diagnosis, terapi & pencegahan* [Videotape]. Universitas Indonesia : Pemimpin Redaksi Sari Pediatri bekerjasama dengan Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI).

j. Sumber jurnal online

Perlu diperhatikan dalam mengambil sumber dari pustaka online terdapat beberapa situs yang tidak layak dijadikan sumber rujukan, yaitu: Google, Wikipedia dan situ sejenis.

Contoh : Bengstone, S. (1992). Enforcement of data protection, privacy and security in medical informatics *Journal of Medical Informatics*, 9 (6) 1561-1565. Retrieved February 24, 2007, from <http://www.idai.or.id/saripediatri/pedoman.asp> database.

I. TEKNIS PENYUSUNAN DAN PENULISAN DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka atau referensi disusun mengikuti ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- a.** Daftar pustaka ditulis pada halaman baru dan diberi judul teba, rata tengah “Daftar Pustaka”.
- b.** Daftar pustaka disusun secara alfabetik sesuai dengan penulis/judul.

- c. Gunakan *hanging indent format*, yaitu baris pertama kutipan tidak dimasukan namun baris kedua dan seterusnya dimasukan kedalam.

Contoh :

Watson, Collin J., et.al. (1990). *Statistics : For Management and Economics*,
Massachusetts : Allyn and Bacon.

Bengstone, S. (1992). Enforcement of data protection, privacy and security in medical informatics *Journal of Medical Informatics*, 9 (6) 1561-1565. Retrieved February 24, 2007, from <http://www.idai.or.id/saripediatri/pedoman.asp> database.

- d. Gunakan spasi tunggal untuk setiap penulisan kutipan dalam daftar tersebut.

J. TEKNIS PENGGUNAAN KUTIPAN

Terdapat dua bentuk kutipan , yakni kutipan langsung dan kutipan tidak langsung. Pada kutipan langsung mengutip secara keseluruhan pendapat dari para ahli tertentu tanpa sedikitpun mengubahnya. Jadi semua kalimat yang diutarakan kutip semuanya. Apabila yang di kutip kurang dari lima baris, maka penulisannya langsung dalam barisan kalimat, tetapi dengan menggunakan tanpa petik ganda (“.....”). Hal ini untuk membedakan antara kalimat penulis dengan kalimat hasil kutipan.

Kutipan yang digunakan berbentuk catatan perut. Catatan perut lebih singkat, hanya berisi keterangan nama pengarang (biasanya diambil nama belakangnya), diambil nama depan kemudian tahun terbit dan halaman. Namun pencatat harus dapat memahami sumber lengkap dari catatan perut yang ditulis. Sesuai namanya, catatan perut ditulis setelah sebuah pendapat dikutip. Tidak ada ruangan khusus seperti catatan kaki. Contoh penulisan catatan perut:

- -----(Chaer, 2002: 37)

Contoh kutipan:

Keterampilan menulis sangat berhubungan dengan kehidupan seseorang di masyarakat. Karena eratnya hubungan peran menulis dengan kehidupan di masyarakat ini I Gusti Ngurah

Oka (1976:53) mengatakan bahwa “masyarakat Indonesia yang akan datang sangat memerlukan tenaga kerja untuk pembangunan yang terampil menggunakan bahasa Indonesia untuk surat-menyurat, berpidato, dan karang-mengarang”.

Apabila terjadi suatu kutipan langsung yang lebih dari lima baris, maka penulisannya adalah sebagai berikut:

- (a) Kutipan ditulis atau titik terpisah dari kalimat-kalimat sendiri;
- (b) Kutipan titik pada garis baru dengan jarak empat spasi pukulan tik kosong dari sisi margin;
- (c) Kutipan titik rapat (satu spasi)
- (d) Kutipan tidak usah menggunakan tanda petik ganda pada awal dan akhir kalimat;
- (e) Bila dalam kutipan panjang itu terdapat bagian yang diberi tanda petik ganda, maka dalam tulisan , tanda petik ganda itu harus diganti dengan tanda petik tunggal.

Contoh:

.....
..... (akhir baris tulisan)
.....
..... (akhir kutipan)
.....
..... (kalimat lagi)

Dalam kutipan tak langsung, yang dikutip adalah isi, maksud, atau jiwa pendapat ahli. Kutipan tak langsung ini disebut pula parafrase. Jadi dalam mengutip bukan kalimat demi kalimat seperti dalam kutipan langsung. Kutipan tak langsung ini penulisannya tanpa menggunakan tanda petik ganda, ditulis dengan bahasa sendiri, tetapi pada akhir kutipan harus disertai pula dengan sumber referensi.

Kutipan langsung yang terlalu panjang boleh dipersingkat (dibuang sebagian) sesuai dengan maksud . Cara semacam ini disebut *elipsis*. Apabila membuat elipsis harus diperhatikan hal-hal berikut ini:

- (a) Tidak boleh mengganti kata-kata atau kalimat-kalimat tertentu dengan kata-kata atau kalimat-kalimat sendiri;

- (b) Arti dan maksud yang dipersingkat tidak boleh berubah;
- (c) Kata-kata atau kalimat-kalimat yang hilang diganti dengan tanda titik sebanyak tiga buah (...)

Bila dalam kutipan langsung terdapat kekeliruan tertentu misalnya salah tik, salah ejaan, salah rumus, dan lain-lain, tidak boleh mengubah atau memperbaikinya. Bila ingin memberi catatan atau menerangkan kesalahan itu bukan kesalahan, tetapi begitu dalam aslinya, maka dapat memberi tanda :sic! Setelah bagian atau kata yang salah itu.

Beberapa istilah lain yang sering digunakan dalam penulisan ilmiah yaitu:

- Anon : *anonymous* = tak dikenal
- C : copyright. Dipakai untuk menunjukkan copyright buku itu, jika tahun penerbitan .
Itu tidak disebutkan dalam halaman judul buku.
- Ca : *circa* = kira-kira – ser. Singkatan ini digunakan untuk menunjukkan waktu.
- Cf : *confer* = bandingkan
- Eg : *exempli gratia* = misalnya
- Ed. (eds) : *editor* (penyunting); editor-editor; edisi; diedisikan
- Et.al : *et alii* = dan orang-orang lain; untuk menggantikan pengarang-pengarang yang tidak disebut namanya
- Et. Seq. Seqq: *et sequens atau sequentes* = dan halaman-halaman berikutnya; dan hal-hal berikut
- f.ff. : and the following pages = pagina-pagina (halaman-halaman) berikutnya
- i.e : *id est* = yaitu; yakni; ialah
- infra : *lihat dibawah*; menunjukkan bagian-bagian teks yang belum disebut
- ms. Mss : *manuskrip = naskah*; manuskrip-manuskrip, baik tulisan tangan ataupun bukan
- passim : *tersebar disana-sini*; bahan yang dimaksud tersebar pada suatu majalah/tempat tertentu
- ser : *seri*
- sic! : seperti pada aslinya; menyatakan suatu kesalahan tertentu yang terdapat dalam naskah aslinya. Kutipan ini diambil apa adanya
- supra : *lihat atasnya*; menunjukkan bagian-bagian teks yang telah disebut
- vid.; vide : lihat
- viz : *videlicet = artinya*; yaitu. Singkatan ini dipakai sebagai pengantar contoh-contoh atau daftar-daftar.
- Cap atau chap : singkatan dari kata *Caput* (Latin) atau *Chapter* (Inggris) yang berarti bab
- Vol : *volume = jilid*; misalnya volume III maksudnya jilid III

BAGIAN III : PENGEMBANGAN MEDIA

A. JENIS DAN JUMLAH MEDIA YANG DIBUAT

Pemilihan media disesuaikan dengan bentuk proyek yang dikerjakan. Tidak ada batasan mutlak mengenai jumlah media. Dalam pemilihan media yang diutamakan adalah media-media utama yang sangat berperan dalam proses komunikasi dengan target audience. Namun untuk kampanye komersial dan kampanye sosial setidaknya peserta TA merancang 8-10 media.

Pengembangan media lebih lanjut dapat disesuaikan dengan arahan dosen pembimbing, sesuai dengan kebutuhan topik Tugas Akhir.

Beberapa contoh jenis media :

I. PEMINATAN ADVERTISING / PERIKLANAN

Kampanye Komersial dan Kampanye Sosial

- a. Media Lini Atas (*above the line*)
 - iklan cetak (*print ad*): iklan majalah, iklan koran / tabloid
 - iklan televisi (*TV commercial*)
 - iklan luar-ruang (billboard, mini-billboard, baliho, mobile-ad)
 - Poster, dsb
 - *New media*
 - *Ambience media*
- b. Media lini bawah (*below the line*)
 - Brosur/ leaflet
 - katalog, dsb
- c. Media pameran panjang
 - *point of purchase* (POP)

- *hanging mobile/banner*
 - *take - one holder*
- d. Gimmicks
- *T-Shirts*
 - Payung
 - *Mug*
 - Kalender (gantungan dan meja), dsb

II. PEMINATAN DESAIN GRAFIS

A. Identitas Perusahaan (Corporate Identity)

- a. Logo (*Logotype* dan *Logogram*)
- b. *Graphic Standard Manual* (GSM)
- c. Aplikasi logo (disesuaikan dengan jenis usaha perusahaan):
 - 1) Stationary (kop surat, amplop, kartu bisnis/nama, memo)
 - 2) Benda cetakan lainnya (penanggalan, buklet, dan sebagainya)
 - 3) Arsitektural (signage luar ruang, dalam ruang, display)
 - 4) Seragam (karyawan kantor, Japangan, dsb)
 - 5) Transportasi (pesawat terbang, mobil angkutan, bus, dsb)
 - 6) Animasi logo (untuk penerapan di media AV)
- d. Publikasi logo baru;
 - 1) Iklan media cetak (*print ad*)
 - 2) Iklan televise

B. Kemasan / *Packaging*

- a. Bentuk desain kemasan
- b. Ragam tampak kemasan dari berbagai sudut
- c. Perpektif kemasan
- d. Label kemasan
- e. Media pendukung lain

C. Publishing (Perwajahan majalah /surat kabar)

- a. Kepala surat kabar
- b. *Front Page*
- c. Rubrik
- d. *Layout* halaman
- e. Ikon
- f. Teknik produksi

B. Publishing (Perancangan dan Ilustrasi buku bergambar / komik)

- a. Sinopsis
- b. Karakter
- c. Judul
- d. *Cover*
- e. Tata Letak / *Layout*
- f. Teknik
- g. Produksi

C. Tipografi

- b. Menciptakan alfabetis baru huruf a - z
- c. Angka 0-9
- d. Huruf/ angka (upper case / lowercase)
- e. Huruf dalam kalimat
- f. Sistem ruang antar huruf
- g. *Grid system*

III. PEMINATAN MULTIMEDIA

A. Penerbitan *digital*

- a. Outline
- b. Alur informasi (*flow chart*)
- c. *Storyboard*

- d. *Original button*
- e. Transisi
- f. *Clip art*
- g. Animasi
- h. Klip video
- i. *Cursor*
- j. Efek suara
- k. Suara latar (*back sound*)

B. Perancangan Halaman *Website*

- a. *Outline*
- b. Alur informasi (*flow chart*)
- c. *Storyboard*
- d. *Original button*
- e. *Clip art*
- f. Animasi
- g. Efek suara

C. Audio Visual: film animasi, video klip, film pendek:

- a. Sinopsis / Skenario
- b. Karakter
- c. *Timing*
- d. *Storyboard*
- e. Film, dsb