DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 2
I.4 Batasan Masalah 2
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan 2

BAB II. PEMBAHASAN MENGENAI PERUSAHAAN, PT. BAHTERA MOTOR 5
II.1 Perusahaan 5
II.1.1 Jenis Perusahaan 5
II.1.2 Perusahaan Jasa 6
II.1.3 Alat Berat 7
II.1.4 Jenis dan Fungsi Alat Berat 8
II.2 PT. Bahtera Motor 11
II.2.1 Layanan 12
II.2.2 Visi & Misi Perusahaan 13
II.2.3 Rekan Kerja 13
II.2.4 Daftar Harga Sewa 14
II.2.5 Unit Alat Berat 14

II.2.6 Teknik Pengumpulan Data 15
II.2.6 Narasumber..... 16
II.2.7 Hasil Wawancara..... 16
II.3 Analisis..... 17
II.4 *Resume*..... 18
II.5 Solusi Perancangan..... 19

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 20
III.1 Khalayak Sasaran..... 20
III.1.1 Segmentasi 20
III.1.1.2 Pola Pengambilan Keputusan..... 21
III.1.1.3 Penetrasi Media..... 21
III.1.1.4 Pola Konsumsi Media 21
III.1.3 *Consumer Insight* 21
III.2 Strategi Perancangan..... 22
III.2.1 Tujuan Komunikasi..... 22
III.2.2 Pendekatan komunikasi..... 22
III.2.2.1 Komunikasi Verbal 23
III.2.2.2 Komunikasi Visual..... 23
III.2.2.3 *Layout* Media 24
III.2.3 *Mandatory* 24
III.2.4 Materi Pesan..... 25
III.2.5 Gaya Bahasa..... 25
III.2.6 Strategi Kreatif..... 26
III.2.7 Strategi Media 28
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 31
III.3 Konsep *Visual* 34
III.3.1 Format Desain 34
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)..... 35
III.3.3 Tipografi..... 38
III.3.4 Ilustrasi Foto 39

III.3.4 Warna 41

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 42
IV.1 Media Utama..... 42
IV.1.1 Teknis Produksi Media 42
IV.1.2 Pra Produksi 45
IV.1.3 Produksi 46
IV.1.2 Media Utama..... 51
IV.2 Media Pendukung 58

DAFTAR PUSTAKA 73
LAMPIRAN..... 75