

## DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATAPENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
PENDAHULUAN.....	1
BAB I. IKLAN TELEVISI.....	4
1.1 ProyekIklanTelevisi"Levi's".....	4
1.1.1. PengertianDclanTelevisi"Levi's".....	4
1.1.2. FungsiIklanTelevisi"Levi's".....	4
1.1.3. KonsumenIklanTelevisi"Levi's".....	4
1.1.4. Konsep Perencanaan Visual.....	5
1.1.4.1 DataLayOut.....	5
1.1.4.2 KonsepLayOut.....	5
1.1.4.3 TargetPasar.....	9
1.1.4.4 Harga.....	9
BABII POSTER.....	14
1.1 ProyekPoster"Levi's".....	14
1.1.1 Pengertian Poster "Levi;s ".....	14
1.1.2 Fungsi Poster "Levi's ".....	14
1.1.3 Konsumen Poster "Levi's ".....	15
1.1.4 Konsep Perencanaan Visual.....	15
1.1.4.1 DataLayOut.....	15

1.1.4.2	Komposisi Desain.....	16
1.1.4.3	Kriteria Desain.....	17
1.1.4.4	Target Pasar.....	17
1.1.4.5	Harga.....	18
<b>BAB III IKLANMAJALAH.....</b>		<b>19</b>
1.1	Proyek iklan majalah " Levi's ".....	19
1.1.1	Pengertian Iklan Majalah "Levi's".....	19
1.1.2	Fungsi Iklan Majalah "Levi's".....	20
1.1.3	Konsumen Iklan majalah " Levi's ".....	20
1.1.4	Konsep Perencanaan Visual.....	20
1.1.4.1	Data LayOut.....	20
1.1.4.2	Konsep LayOut.....	20
1.1.4.3	Kriteria Desain.....	21
1.1.4.4	Target Pasar.....	22
1.1.4.5	Harga.....	22
<b>BABIV BILLBOARD.....</b>		<b>23</b>
1.1	Proyek Billboard " Levi's ".....	23
1.1.1	Pengertian Billboard "Levi's".....	23
1.1.2	Fungsi Billboard "Levi's".....	23
1.1.3	Konsumen Billboard "Levi's".....	23
1.1.4	Konsep Perencanaan Visual.....	23
1.1.4.1	Data Lay Out.....	23
1.1.4.2	Komposisi Ruang.....	24
1.1.4.3	Kriteria Desain.....	24

1.1.4.4	TaigetPasar.....	25
1.1.4.5	Harga.....	25
BABV	BROSUR.....	27
1.1	Proyek Brosur " Levi's ".....	27
1.1.1	Pengertian Brosur "Levi's".....	27
1.1.2	FungsiBrosur"LeviV.....	27
1.1.3	KonsumenBrosur"Levi's".....	28
1.1.4	Konsep Perencanaan Visual.....	28
1.1.4.1	DataLayOut.....	28
1.1.4.2	KonsepLayOut.....	29
1.1.4.3	Kriteria Desain.....	29
1.1.4.4	TargetPasar.....	30
1.1.4.5	Harga.....	30
BAB VI	WEB SITE.....	32
1.1	Proyek Web Site " Levi's ".....	32
1.1.1	Pengertian Web Site "Levi's".....	32
1.1.2	Fungsi Web Site "Levi's".....	32
1.1.3	Konsumen Web Site "Levi's".....	32
1.1.4	Konsep Perencanaan Visual.....	33
1.1.4.1	DataLayOut.....	33
1.1.4.2	KonsepLayOut.....	33
1.1.4.3	Kriteria Desain.....	34
1.1.4.4	TargetPasar.....	34
1.1.4.5	Harga.....	34

PENUTUP.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRANI.....	37
LAMPIRANII.....	38
LAMPIRANIII.....	39
LAMPIRANIV.....	40
LAMPIRANV.....	41
LAMPIRANVI.....	42

## PENDAHULUAN

Program Pendidikan Komunikasi Arsitektur dan Interior ( PPKAI ) jurusan Desain Grafis di Universitas Kristen Petra memberikan suatu tugas sebagai prasyarat kelulusan yaitu tugas akhir (TA) bagi setiap mahasiswanya, sekaligus kesempatan untuk menuangkan ide dan kreatifitas sebaik mungkin selama 6 semester dalam perkuliahan.

Melihat perkembangan jaman dewasa ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan desainer grafis semakin meningkat seiring dengan pesatnya pertumbuhan dunia bisnis dalam mengembangkan pemasarannya. Desain grafis ini memiliki arti rancangan yang mencakup 2 dimensi, seperti halnya : ilustrasi, typografi dan metode melukis (Nuradi: 1996, 76 ). Desain grafis juga dapat diartikan sebagai salah satu media komunikasi dalam grafik, angka, huruf, gambar, dalam bentuk dua dimensi.

Unsur-unsur penting yang perlu diperhatikan dalam desain grafis, yaitu:

### 1. Hustrasi Visual

Adalah gambar, foto atau tanda-tanda dimana merupakan unsur penting dalam komunikasi periklanan yang dapat mengungkapkan sesuatu secara lebih cepat, lebih jelas dan dapat menembus perbedaan bahasa, karenanya ilustrasi visual dianggap sebagai " Bahasa Universal"

( Dendi Sudianah : 1986, 37 ).

### 2. Logo Type

- Adalah simbol atau nama yang dipakai suatu perusahaan (Nuradi : 1996, 102).

### 3. Typografi

- Adalah seni memilih, menyusun dan mengatur tata letak dan jenis huruf dan percetakan maupun produksi (Nuradi: 1996,181).

### 4. Komposisi

- Adalah mengarang, menyusun, mengatur yang berkaitan dengan keindahan seperti titik, garis, bidang, dan warna (Westra I Made : 1998, 30).
- Adalah integrasi warna, garis, dan bidang dalam mencapai kesatuan yang harmonis (Anton M. Moeliono : 1988, 517).

### 5. Warna

- Adalah pengalaman indera penglihatan manusia dan secara obyektif atau fisik mempunyai sifat yang memancarkan cahaya, diteruskan atau dipantulkan (Ensiklopedia 17 : 1991,249).
- Warna didalam dunia periklanan digunakan untuk memikat perhatian, memberi kenyataan, membangun suasana hati dan identitas (Well : 1995, 474).
- Penerapan warna juga sebagai suatu sarana komunikasi persuasive (Sudiana : 1986, 38 ).

Dalam tugas akhir ini , penulis berusaha membuat hasil karya grafis dengan semaksimal mungkin yang merupakan perwujudan / penerapan segala teori dan praktek yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam 1 tema rancangan ke dalam 6 proyek yaitu :

- **STORY BOARD " LEVI'S "**

- POSTER “ LEVI’S “**
- IKLAN MAJALAH “LEVI’S”**
- BROSUR “LEVI’S”**
- BILLBOARD “LEVI’S”**
- WEB SITE “LEVI’S”**