



**STRATEGI VISUAL CD INTERAKTIF
COMPANY PROFILE RED EYE CREATIVE**

SKRIPSI APLIKATIF

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Indra Permana

44407010005

Visual and Art Communication

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2013



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indra Permana
Nim : 4440701000
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul Skripsi : "STRATEGI VISUAL CD INTERAKTIF
COMPANY PROFILE RED EYE CREATIVE"

UNIVERSITAS

Jakarta, 21 Februari 2013

MERCU BUANA

Menyetujui,

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Indra Permana
Nim : 4440701000
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul Skripsi : “STRATEGI VISUAL CD INTERAKTIF
COMPANY PROFILE RED EYE CREATIVE”

Jakarta, 21 Februari 2013

1. Ketua Sidang
Sunarwati, S.Sn, M.Si (.....)
2. Penguji Ahli
Rommy Budiman, ST, MM (.....)
3. Pembimbing
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Indra Permana
Nim : 4440701000
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul Skripsi : "STRATEGI VISUAL CD INTERAKTIF
COMPANY PROFILE RED EYE CREATIVE"

Jakarta, 21 Februari 2013

Disetujui dan Diterima Oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi aplikatif yang berjudul “Strategi Visual CD Interaktif Company Profile Red Eye Creative”.

Penulis berharap skripsi aplikatif ini dapat memberikan kontribusi serta memberikan pemahaman tentang komunikasi visual, khususnya tentang CD interaktif yang sebagian masyarakat awam masih belum memahami.

Dalam penyelesaian skripsi aplikatif ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin untuk dapat menyusun laporan ini dengan baik. Hal ini terutama karena keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penulis. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua yang telah membantu, terutama kepada :

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku pembimbing dan Ketua bidang studi Visual and Art Communication yang telah memberikan pengarahan dan bantuan dalam penyusunan skripsi aplikatif ini.
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Tim dosen Visual and Art Communication yang telah memberikan ilmu dan dorongan moril selama perkuliahan.
4. Staf tata usaha, khususnya Mbak Lila yang selalu mau direpotkan.
5. Mama, adik dan kakak serta keluarga yang tiada hentinya dan tiada duanya memberikan dukungan materil dan moril yang selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi aplikatif ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan Visual and Art Communication angkatan 2007 yang “katanya” solidaritasnya tinggi, tidak akan terkesan jika bukan kalian rekan angkatan penulis. Tommy Sulistio, Teddy Syamsudin, Aria Walpres

Wibowo, Hasbiallyh “cing abi”, Deni “gembul” Sutresna, Ade “sinyo” Priyansyah, Tri Yoga, Jamal Nurlail, Dede “gedong” Rahmat, Ari “dukun” Ferdiansyah, Fahzi “otoy” Lazuardi, Heri “doblang” Setiawan, Hilhami, Finis “om” Yulius, Yovi “chopi” Firmansyah, Feri “mase” Ferdiansyah, Siska Hendrayani, Stephanie “Cici”, Nanda Julynda, Dahlia Qudsiana, Riza Amelia, Dias Ramadhani, Frella “jongbon” Jessi, Rifa “bu haji”, Dini Septiani.

7. Rekan-rekan Visual and Art Communication angkatan 2004 sampai 2011.
8. Alam semesta raya yang selalu memberikan inspirasi.
9. Semua kawan dan lawan yang masih maupun hanya lewat dalam hidup penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi aplikatif ini penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang akan membantu serta berguna bagi penulis untuk lebih maju di masa yang akan datang.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2013

Penulis



Universitas Mercubuana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Indra Permana (44407010005)

Visual and Art Communication

(i - xii) 82 Halaman : 3 Artikel Internet + 16 Buku

Kata Kunci : Promosi, Company Profile, CD Interaktif, Red Eye Creative

ABSTRAKSI

STRATEGI VISUAL CD INTERAKTIF COMPANY PROFILE RED EYE CREATIVE

Skripsi ini merupakan wujud aplikasi CD interaktif dalam mempromosikan profil “Red Eye Creative”, perusahaan jasa periklanan (*advertising agency*), yang diharapkan dapat menarik konsumen. Tujuan pembuatan CD interaktif adalah merencanakan media promosi *offline* yang dapat memenuhi kekurangan dan keterbatasan pada media informasi sebelumnya, dimana promosi dapat memberikan informasi multimedia (*audio visual*) yang lebih lengkap, tidak terbatas ruang dan waktu, serta memungkinkan terjadinya interaksi antara pengguna (konsumen) dengan informasi itu sendiri karena para pengguna dapat lebih leluasa memilih *content* informasi yang diinginkan.

CD interaktif ini dirancang untuk membuat *company profile* “Red Eye Creative” yang sesuai dengan visi, misi dan target konsumen tersebut serta menciptakan nuansa yang menggambarkan “Red Eye Creative”. Informasi yang ditampilkan dalam bentuk audio visual, mulai dari profil, services, portfolio serta kontak “Red Eye Creative”.

Sejumlah aspek menjadi pertimbangan dalam desain CD interaktif ini. Pada aspek visual, yang menjadi faktor penting antara lain adalah warna (berfungsi membangun mood atau nuansa dalam sebuah desain juga mendorong tindakan), fotografi (untuk menghasilkan gambar), tipografi (untuk kepentingan keterbacaan dan kejelasan makna), serta layout (sebagai patokan dasar dalam komposisi aspek visual lainnya). Pada aspek media, yang menjadi faktor penting adalah penggunaan CD-ROM dan software Adobe Flash serta pemanfaatan teknologi multimedia.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Kata Pengantar	v
Abstraksi	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Pembatasan Masalah.....	6
1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan.....	6
1.5. Signifikansi Penelitian dan Perancangan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Komunikasi.....	8
2.1.1. Komponen Komunikasi.....	9
2.1.2. Macam-macam Komunikasi.....	10
2.2. Strategi.....	11
2.2.1. Strategi Komunikasi.....	12
2.2.2. Strategi Produk/ Jasa.....	20
2.2.3. Diferensiasi Produk.....	21
2.3. Komunikasi Visual.....	25
2.3.1. Fungsi Komunikasi Visual.....	25
2.3.2. Elemen-elemen Komunikasi Visual.....	27
2.4. Company Profile.....	33
2.5. CD Interaktif Multimedia.....	38
2.6. Aspek Visual.....	42
2.7. Profil Red Eye Creative.....	48
2.7.1. Logo Red Eye Creative.....	48
2.7.2. Visi dan Misi.....	48

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Tujuan Komunikasi.....	49
3.2. Strategi Komunikasi.....	50
3.3. Strategi Kreatif.....	51
3.4. Target Konsumen.....	52
3.5. Pesan Utama.....	52
3.6. Materi Pesan.....	53
3.7. Strategi Media.....	53
3.7.1. CD Interaktif.....	54
3.8. Konsep Visual.....	56
3.4.1. Format Desain.....	56
3.4.2. Layout.....	57
3.4.3. Tipografi.....	57
3.4.4. Ilustrasi dan Fotografi.....	59
3.4.5. Warna.....	59
3.4.6. Flowchart.....	60

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1. Strategi dan Konsep Desain.....	61
--------------------------------------	----

4.1.1. Strategi Visual.....	61
4.1.2. Pemetaan Masalah.....	62
4.1.3. Aspek Teknis.....	63
4.1.4. Software.....	64
4.2. Proses Analisa Produksi Media.....	67
4.2.1. Pra Produksi.....	68
4.2.2. Produksi.....	68
4.2.3. Pasca Produksi.....	69
4.3. Proses Finishing Media.....	69
4.3.1. Media Utama.....	70
4.3.2. Media Pendukung.....	76
	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	79
Daftar Pustaka	80
Curriculum Vitae	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1. <i>Flowchart/ sitemap perancangan</i>	59
Gambar IV.1. <i>Screenshot Adobe Illustrator</i>	64
Gambar IV.2. <i>Screenshot Adobe Photoshop</i>	65
Gambar IV.3. <i>Screenshot Adobe Flash</i>	66
Gambar IV.4 <i>Interface Opening</i>	69
Gambar IV.5. <i>Layout Home</i>	70
Gambar IV.6. <i>Layout About Us</i>	71
Gambar IV.7. <i>Layout Services</i>	72
Gambar IV.8. <i>Layout Our Works</i>	73
Gambar IV.9. <i>Layout Contact</i>	74
Gambar IV.10. <i>Label CD</i>	75
Gambar IV.11. <i>Label Packaging</i>	76



DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Korelasi secara umum dan secara psikologis antara warna dan manusia.....	44
---	----