

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Prinsip Komunikasi.....	10
2.1.1.1 Efektivitas Pesan.....	12
2.1.1.2 Prinsip Komunikasi Visual.....	14
2.1.2 Media Komunikasi.....	22
2.1.2.1 Flyer sebagai Media Komunikasi.....	23
2.1.3 Konten Strategis.....	27
2.1.3.1 Pengembangan Konten.....	28
2.1.3.2 Perancangan Konten atau Media Komunikasi.....	29
2.1.4 Kelayakan Media Komunikasi.....	31
2.1.4.1 Validasi Media Komunikasi.....	31
2.1.4.2 Evaluasi Media Komunikasi.....	33
2.1.5 Komunikasi Pemasaran.....	34
2.1.5.1 Komunikasi Korporat.....	35
2.1.5.2 Strategi Komunikasi Korporat di Agribisnis.....	37
2.1.6 Industri Kelapa Sawit.....	39
2.1.7 Kebutuhan Pelumas pada Industri.....	41
2.2 Penelitian Terdahulu atau Justifikasi Penelitian.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	49

3.1 Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.2.1 Waktu dan Penentuan Daerah Penelitian.....	51
3.2.2 Penentuan Informan.....	52
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	54
3.3.1 Data Primer.....	54
3.3.2 Data Sekunder.....	54
3.3.3 Teknik Observasi (<i>Participatory Observation</i>).....	55
3.3.4 Teknik Wawancara Mendalam.....	56
3.3.5 Studi Dokumentasi.....	58
3.3.6 Studi Literatur Kepustakaan.....	59
3.4 Asumsi dan Pembatasan Masalah/Limitasi Penelitian.....	59
3.5 Definisi Konseptual Penelitian.....	60
3.5.1 Perancangan.....	61
3.5.2 Produksi.....	61
3.5.3 Penilaian Konten.....	61
3.5.4 Media Flyer.....	62
3.5.5 Industri Kelapa Sawit.....	62
3.5.6 Tim Internal PT Pertamina Lubricants.....	62
3.6 Uji Keabsahan Data Kualitatif.....	63
3.6.1 Uji Triangulasi Sumber.....	63
3.6.2 Uji Triangulasi Teknik/Metode.....	64
3.6.3 <i>Member Checking</i>	64
3.7 Teknik Analisis Data Kualitatif.....	65
3.7.1 Reduksi Data.....	65
3.7.2 Penyajian Data.....	66
3.7.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	67
3.8 Prosedur Pengembangan Media.....	67
3.8.1 <i>Storyboard</i>	68
3.8.2 Desain.....	68
3.8.3 Implementasi.....	69
3.8.4 Penilaian.....	69
3.8.5 <i>Publishing</i>	69
3.9 Kelemahan Penelitian.....	70
IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	72
4.1 Profil Singkat PT Pertamina Lubricants.....	72
4.1.1 Ekosistem Komunikasi Korporat PT Pertamina Lubricants.....	72
4.1.2 Struktur Organisasi.....	72
4.1.3 Divisi Sales Industri.....	73
4.2 Karakteristik Target Informan.....	77

4.3 Kondisi Media Komunikasi Eksisting.....	78
4.3.1 Keunggulan Lub Guide.....	82
4.3.2 Analisis Beban Kognitif dan Kesenambungan Media.....	83
4.4 Justifikasi Strategis Sektor Kelapa Sawit dalam Sasaran Pengembangan Media...	85
4.4.1 Analisis Kebutuhan Informasi pada Tahap Operasional.....	86
V. PENERAPAN PRINSIP KOMUNIKASI	
PADA FLYER PROMOSI.....	89
5.1. Pra-Produksi atau Konseptualisasi.....	89
5.1.1 Riset Kebutuhan Konten.....	89
5.1.2 Lini Waktu dan Penambahan Iterasi Produksi.....	92
5.1.3 Analisis <i>Brand Guidelines</i> & Media Visual Serupa.....	95
5.1.4 Analisis Gaya Kompetitor.....	103
5.1.5 Penentuan Konsep dan <i>Storyboard</i>	105
5.1.6 Pengumpulan Referensi dan Audit Visual.....	108
5.2 Produksi atau Eksekusi Visual.....	111
5.2.1 Pengumpulan Informasi dan Spesifikasi Teknis.....	111
5.2.2 Pemilihan <i>Software</i> dan Kolaborasi Desain.....	113
5.2.3 Penyusunan Layout.....	115
5.2.4 Buatan Aset Visual berbasis <i>Artificial Intelligence</i>	116
5.2.5 Integrasi Visual dan Isi Konten.....	119
5.2.6 Penerapan Prinsip Komunikasi Melalui Elemen Visual.....	120
5.2.7 Simplifikasi dari LubGuide.....	125
VI. PENILAIAN KELAYAKAN VALIDASI DAN.....	128
EVALUASI FLYER PROMOSI.....	128
6.1 Validasi setiap Sisi Informan.....	128
6.2 Proses Umpan Balik untuk Perubahan Setiap Draf.....	137
6.3 Implementasi Revisi dan Hasil Akhir.....	142
6.3.1 Restrukturisasi Fundamental (Draf 1-3).....	143
6.3.2 Pendalaman Konten Teknis (Draf 4-6).....	146
6.3.3 Finalisasi Visual dan Kepatuhan Korporat (Draf 7-Final).....	157
6.4 Tantangan Metodologis selama Proses Perancangan.....	164
6.5 Peran Evaluasi Informan terhadap Kualitas Produk Flyer.....	166
6.6 Dampak kehadiran Flyer pada Proses Sales.....	168
VII. PENUTUP.....	170
7.1 Kesimpulan.....	170
7.2 Saran.....	171
DAFTAR PUSTAKA.....	171
LAMPIRAN.....	183