

## DAFTAR PUSTAKA

### A. ALKITAB

Al Qur'an. (1418H/1997), *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba'at Al Mush-haf Asy-Syarif Madinah Al Munawwarah, Kerajaan Arab Saudi, Arab Saudi.

### B. BUKU

Armstrong, Helen. (2009), *Graphic Design Theory Readings from the Field*, terjemahan Erastus Hans Indrajaya. (2010), Andi, Yogyakarta.

Arnheim, Rudolph. (1974), *Art and Visual Perception, A Psychology of the Creative*, University of California Press Ltd, London.

Bell, Clive. 1913, *Art*, Frederick A Stokes Company Publishers, New York

Beakley, George C.(1974), *Indtroduction Engeneering Design and Graphic*, Printed ini the United States of America, America.

Berryman, Gregg. (1979), *Notes on Graphic Design and Visual Communication*, William Kaufmann Inc, California.

Biagi, Shierly. (2010), *Media/Impact: An Introduction to Mass Media* atau *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, terjemahan Mochammad Irfan dan Wulung Wira Mahendra. (2010), Salemba Humanika, Jakarta.

Bourdieu, Pierre. (1993), *The Field of Curtural Production: Essayson Art and Literature* atau *Arena Produksi Kultural Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*, terjemahan Yudi Santoso. (2010), Kreasi Wacana, Yogyakarta.

Bungin, Burhan. (2001), *Imaji Media Masa*, Jendela, Yogyakarta

\_\_\_\_\_. (2008), *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Burton, Graeme. (2008), *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*, Jalasutra, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. (2008), *Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer*. Jalasutra, Yogyakarta.

Buzan, Tony. (2001), *The Power of Creative Intelligence* atau *Sepuluh Cara Jadi Orang yang Jenius Kreatif*, terjemahan Susi Purwoko. (2004), Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Chaney, David. (1996), *Lifestyles*, atau *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*, terjemahan Nuraeni. 2009, Jalasutra, Yogyakarta.

- Christomy, T & Untung Yuwono, ed. (2004), *Semiotika Budaya*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Creswell, John W. (1994), *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*, Sage Publication, London.
- Danesi, Marcel. (2002), *Understanding Media Semiotics* atau *Pengantar Memahami Semiotik Media*, terjemahan A. Gunawan Admiranto. (2010), Jalasutra, Yogyakarta.
- Danger, EP. (1992), *Selecting Colour for Packaging* atau *Memilih Warna Kemasan*, terjemahan Darwis Ishak, PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Darmaprawira, Sulasmi. (2002), *Warna, Teori, dan Kreativitas Penggunaannya*. Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Davidson, Martin. (1994), *The Consumerist Manifesto Advertising in Postmodern Times*, Routledge, London and New York.
- Dormer, Peter. (2008), *Makna Desain Modern: Budaya Material, Konsumerisme, (Peng) Gaya (an)*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton Machidin Widjaja & Hendrawan Supratikno. (2003), *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, Gramedia, Jakarta
- Eco, Umberto. (1976), *A Theory of Semiotics* atau *Teori Semiotika: Signifikasi Komunikasi, Teori Kode, Serta Teori Produksi-Tanda*, terjemahan Inyik Ridwan Muzir. (2009), Kreasi Wacana, Yogyakarta,
- Featherstone, Mike. (2008), *Consumer Culture and Postmoderisme* atau *Posmoderisme dan Budaya Konsumen*, terjemahan Misbah Zulfa Elizabeth. (2008), Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ferinadewi, Erna. (2008), *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fiske, John. (1990), *Cultural and Communication Studies*, terjemahan Yosali Iriantara & Idi Subandy Ibrahim. (2007), Jalasutra, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (1990), *Introduction Communication Studies* atau *Pengantar Ilmu Komunikasi*, terjemahan Hapsari Dwiningtyas. (2012), RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Giddens, Anthony. (1979), *Central Problems in Social* atau *Problematika Utama dalam Teori Sosial: Aksi, Struktural, dan Kontradiksi dalam Analisis Sosial*, terjemahan Dariyatno. (2009), Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Goh, Sunny T.H & Kho Kheng-Hor. (tt), *Marketing Wise*, terjemahan Grace Setyadi. (2003), PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Gray, Carole & Julian Malins. (2004), *Visualizing Research: A Guide to the Research Process in Art and Design*, Ashgate Publishing Company, USA.
- Griffiths, Andrew. (2006), *101 Ways to Advertise Your Business*, terjemahan Jessica Wibowo. (2012), PT Tangga Pustaka, Jakarta.

- Gunadi, Ys. (1998), *Himpunan Istilah Komunikasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jefkins, Frank. (1994), *Advertising atau Periklanan*, terjemahan Haris Munandar. (1997), Erlangga, Jakarta.
- Kellner, Douglas. (1995), *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern* atau *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*, terjemahan Galih Bondan Rambatan. (2010), Jalasutra, Yogyakarta.
- Kelley, Tom & Janathan Littman. (2001), *The Art of Innovation* atau *The Art of Innovation: Pembelajaran Kreativitas dari Ideo, Perusahaan Desain terkemuka di Amerika*, terjemahan Paulus Herlambang. (2002), Gramedia, Jakarta.
- Koentjaraningrat. (1974), *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*, Gramedia, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009, *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. (1989), *Marketing Management Analysis, Planning, and Control* atau *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terjemahan Heruji Purwoko. (1990), Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2006), *Marketing Management* atau *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1), terjemahan Benyamin Molan. (2009), Indeks, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2006), *Marketing Management* atau *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2), terjemahan Benyamin Molan. (2009), Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, Swee Hoong Ang, Siew Meng Leong & Chin Tiong Tan. (2003), *Marketing Mangement: An Asian Pers;ective, (Third Edition)* atau *Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia* (Jilid 2), terjemahan Ahmad Lukman. (2005), PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lee, Monle & Carla Johnson. (1999), *Principles of Advertising: A Global Persfective* atau *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, terjemahan Haris Munandar & Dudy Priyatna. (2009), Prenada Media Group, Jakarta.
- Lee, Monle. (1993), *Consumer Culture Reborn: The Cultural Politics of Consumption*, Routledge, London.
- Leech, Geoffrey N. (1974). *English in Advertising: A linguistic Study of Advertising in Great Britain*, London and New York: Longman.
- Linton, Ralph. (1936), *The Study of Man an Introduction*, Appleton-Century-Crofts, Inc, New York.
- Lull, Jemes. (1998), *Media Komunikasi Kebudayaan Suatu Pendekatan Global*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta

- Madjadikara, Agus S. (2004), *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002), *Perilaku Konsumen*, Bandung, Refika Aditama.
- Monks, FJ, AMP Knors & Siti Rahayu Haditomo. (1991), *Psikologi Perkembangan*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitohell & William Wells. (2009), *Advertising*, terjemahan Tri Wibowo. (2011), Kencana, Jakarta.
- Myers, Kathy. (1986), *Understains the Sense and Suduction of Advertising* atau *Membongkar Sensasi dan Godaan Iklan*, terjemahan Asma Bey Mahyuddin. (2012), Jalasutra, Yogyakarta.
- Ogilvy, David. (1987), *Confesions of an Advertising Man* atau *Pengakuan Orang Iklan*, terjemahan Dian Pratiwi. (1987), PustakaTangga, Jakarta.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003), *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2007), *Strategi Promosi Kreatif*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ratna, Nyoman Kutha. (2010), *Metodologi Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Richard, Jenkins. (1992), *Piere Bourdieu*, terjemahan Nuradi. (2010), Kreasi Wacana, Yogyakarta
- Rohidi, Tjetjep Rohendi. (2011), *Metode Penelitian Seni*, Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Russell, J Thomas & W Ronald Lane. (1992), *Kleppner's Advertising Procedure (Fifteenth Edition)*, Prentice Hell, USA.
- Rustam, Surianto. (2009), *Mendesain Logo*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sachari, Agus & Suranti Trisnawati. (1998), *Kamus Desain*, Penerbit ITB, Bandung
- Sachari, Agus & Yan Yan Sunarya (2002), *Desain dan Dunia Kesenirupaan Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya*, Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Santosa, Sigit. (2002), *Advertising Guide Book*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2009), *Creative Advertising: Petunjuk Teknis Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik dengan Efisien*, Gramedia, Jakarta.
- Sarup, Madan. (1993), *An Introductory Guide to Post-Structuralism and Postmoderism* atau *Panduan Pengantar untuk Memahami Postrukturalisme dan Posmodernisme*, terjemahan Medhy Aginta Hidayat. (2008), Jalasutra, Yogyakarta.
- Scheder, George. (1976), *Perihal Cetak Mencetak*, Kanisius, Yogyakarta.

- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. (2000), *Consumer Behaviour* atau *Perilaku Konsumen*, terjemahan Zoelkifli Kosip. (2008), Indeks, Jakarta.
- Shimp, Terence A. (2000), *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications* atau *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, terjemahan Revyani Sjahrizal & Dyah Anikasari. (2003), Erlangga, Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2002), *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Gramedia, Jakarta.
- Smiers, Joost. (tt), *Art Under Pressure*, terjemahan Umi Haryati. (2009), Insist Press, Yogyakarta.
- Soedjono, Soeprapto. (2006), “Dialektika Seni: Proses Komunikasi, Informasi, dan Tanggapan Estetis” dalam *Bunga Rampai Rinenggaring Pak Bandem yang Ngebyar*, Institut Seni Indonesia (ISI), Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2009), *Fotografi dalam Konstelasi Budaya Visual Indonesia*, Institut Seni Indonesia (ISI), Yogyakarta.
- Strinati, Dominic. (1995), *An Introduction to Theories of Popular Culture* atau *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, terjemahan Abdul Mukhid. (2004), PT. Bintang Pustaka, Yogyakarta.
- Soedarso Sp. (2007), *Trilogi Seni: Penciptaan Eksistensi dan Kegunaan Seni*, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sudiana, Dendi. (1986), *Komunikasi Periklanan Cetak*, Rosdakarya, Bandung.
- Soedibyo, Mooryati. (1998), *Alam Sumber Kesehatan Manfaat dan Kegunaan*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Suhandang, Kastadi. (2005), *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*, Nuansa, Bandung
- Suharmiati, Lestari Handayani. (2006), *Cara Benar Meracik Obat Tradisional*, PT. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Sunny TH, Goh & Khoo Kheng-Hor. (2003), *Marketing Wise*, terjemahan Grace Satyadi. (2003), PT Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Suprana, Jaya. (2009), *Naskah-naskah Kompas*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sutherland, Max & Alice K Sylvester (2000), *Advertising and the Mind of the Consumer What Works, What Doesn't, and Why* atau *Advertising and the Mind of the Consumer: Bagaimana Mendapatkan Untuk Berlipat Lewat Iklan yang Tepat*, terjemahan Setia Bangun. (2005), Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sutrisno, Mudji. (2005), *Teks-teks Kunci Estetika*, Kanisius, Yogyakarta.
- Sutopo, Heribertus. (1990), *Metodologi Penelitian Kualitatif II*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

- Suyanto, M. (2007), *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Andi Offset, Yogyakarta
- Tashakkori, Abbas, Charles Teddlie. (2003), *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, terjemahan Daryatno. (2010), Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Thompson, John B. (1990), *Ideology and Modern Culture Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* atau *Kritik Ideologi Global: Teori Sosial Kritis tentang Relasi Ideologi dan Komunikasi Massa*, terjemahan Haqqul Yaqin. (2015), IRCiSoD, Yogyakarta.
- Thwaites, Tony, Lloyd Davis & Warwick Mules. (2002), *Introducing Cultural and Media Studies: A Semiotic Approach* atau *Media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotik*, terjemahan Saleh Rahmana. (2009), Jalasutra, Yogyakarta.
- Trisnanto, Andhy. (2007), *Cerdas Beriklan*, Galang Press, Yogyakarta.
- Usmara, Usi. (2008), *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Amara Books, Yogyakarta.
- Walker, John A. (1989), *Design History and the History of Design* atau *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah Pengantar Komprehensif*, terjemahan Laily Rahmawati. (2010), Jalasutra, Yogyakarta.
- Widagdo. (2011), *Desain dan Kebudayaan (edisi revisi)*, Institut Teknologi Bandung (ITB), Bandung.
- Widyatama, Rendra. (2012), *Teknik Menulis Naskah Iklan*, Cakrawala, Yogyakarta.
- Williamson, Judith. (1978), *Decoding Advertisements: Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan* atau *Decoding Advertisements: Ideologi and Meaning in Advertising*, terjemahan Saleh Rahmana. (2007), Jalasutra, Yogyakarta.
- Winardi. (1992), *Promosi dan Reklame*, Mandar Maju, Bandung.
- Wistrand, Jhon & Kranz. (1974), *Science & Tecknology in the Arts*, Van Nostrand Reinhold, Melbourne.
- Wong, Wucius. (1986), *Beberapa Asas Merancang Dwi Warna*, Institut Teknologi Bandung, Bandung.

### **C. PERATURAN DAN PERUNDANG-UNDANGAN**

- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2011), *Peraturan No. HK.03.1.23.11.11.09909 Tahun 2011*, tentang *Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan Olahan*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- Hosen, Mohamad Nadratuzzaman. (2008), *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika, Majelis Ulama Indonesia.

- Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (2011), *Peraturan No. HK.03.1.23.07.11.6664 Tahun 2011 tentang Pengawasan Kemasan Pangan*. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- Komisi Periklanan Indonesia. (1996), *Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang Disempurnakan*, PPPI, Jakarta.
- Majelis Ulama Indonesia. (2007), *Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI, No. SK10/Dir/LP POM MUI/XII/07, tentang Logo Halal*, Majelis Ulama Indonesia, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2011), *Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI, No. SK 15/Dir/ LP POM MUI/V/11, tentang Revisi Ketentuan Kelompok Produk Bersertifikat Halal*, Majelis Ulama Indonesia, Jakarta.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (1994), *Keputusan No. 368/Men.Kes/SK/IV/1994, tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan-Minuman*, Departemen Kesehatan, Jakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

#### **D. PENELITIAN, PROSIDING, DAN JURNAL**

- Agustin, Senja Aplena, Acep Iwan Saidi, Triyadi Guntur W. 2011, *Reprentasi perempuan pada Desain Kemasan "Kiranti"*, Jurnal Wimba, Institut Teknologi Bandung, Vol. 03, No. 2/2011.
- Bangsa, Petrus Gogor. 2011, *Refleksi Perubahan Sosial Masyarakat Perkotaan di Indonesia dalam Iklan di Media Cetak Periode 1990-2000*, Jurnal DeKaVe, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Vol. 1, No. 1, Januari 2011.
- Calder, Bobby J & Edward C Makthuse. (2005), *Managing Media and Advertising Change with Integrated Marketing*, Journal of Advertising Research, Cambridge, Volume 45, Issue 04, December 2005.
- Hidayat, Mochamar Juaide. 2011, *Tinjauan Kognisi Desain Produk Kemasan Sebagai Unsur Identitas Budaya Populer atas Produk Kemasan Makanan Industri Kecil Menengah (IKM)*, Jurnal Kawistara, Universitas Gadjah Mada. Vol. 1, No. 3, Des 2011
- Julianto, I Nyoman Larry. 2012. *Perkembangan Media Desain Komunikasi Visual Menuju "Mutakhir" dan Proses Komunikasi "Kreatif"*. Dalam *Prosiding Revitalisasi Kurikulum Deskomvis Berbasis Ekonomi Kreatif & Kewirausaha*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 19-21 Oktober 2012.

- Kartasubrata, Edie. (1999), *Wawasan Seni (Proses Kreatif & Wawasan Seni)*, dalam jurnal *Panggung, Sekolah Tinggi Seni Indonesia, Bandung*, No. 13/VI/99.
- Martono, Taufik. (2009), *Citra Barat dalam Iklan: Studi Beberapa Majalah Berlisensi Luar Negeri di Indonesia Tahun 2007-2008* (Thesis), Institut Seni Indonesia, Surakarta
- Pelsmacker, Patrick De dan Joeri Van Den Bergh. (2008), *The Communication Effects of Provocation in Print Advertising*, *International Journal of Advertising*, North, Central, and South America, Article first published online: 28 Juny 2008, Online ISSN: 0265-0487.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2012. *Menjadi Desainer Komunikasi Visual Iklan*. Dalam *Prosiding Revitalisasi Kurikulum Deskomvis Berbasis Ekonomi Kreatif & Kewirausahaan*. Universitas Sebelas Maret Surakarta, 19-21 Oktober 2012.
- Harsanto, Prayanto Widyoo.. 2013, *Estetisasi Fotografi dalam Iklan di Media Cetak*, *Jurnal Mudra, Institut Seni Indonesia Denpasar*, Vol. 28, No. 2, Juli 2013.
- \_\_\_\_\_. 2013, *Sosok Tokoh Pewayangan dalam Iklan*, *Jurnal Patrawidya, Balai Pelestarian Nilai Budaya Yogyakarta*, Vol. 14, No. 3, September 2013.
- \_\_\_\_\_. 2014, *Yogyakarta Dalam Kepungan Iklan (Sebuah Kajian Tentang Estetika Lingkungan)*, *Jurnal Dekave, Institut Seni Indonesia Yogyakarta*, Vol. 7, No. 2, Juli 2014.
- Yu, Zhongxing. (2011), *An Analysis of the Significant Form in Modern Design*, *Asian Social Science, Cina*, Vol. 7, No. 3, March 2011, ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025.

#### **E. ARTIKEL, NASKAH, DAN SUPLEMEN**

- Brandna. (2008), *Brand Issue Destination Branding*, Brandna, Jakarta, edisi Volume 2 Nomer 6 Mei-Juni 2008.
- Hamidjaja, Felix. (2009), *Bukan Sekedar Tukang Cetak*, MIX: Maketing xtra, Jakarta, edisi 12/v/15 Desember 2008-11 Januari 2009.
- Keluarga Besar Air Mancur. (1979), *16 Tahun Gema PT Air Mancur*, PT Air Mancur, Solo.
- Kompas (suplemen khusus). (2002), *Iklan Dunia Kreatif Tempat Merek Berkuasa*, Kompas, Jakarta, 5 Agustus 2002.
- PT Air Mancur. (1999), *Buku Daftar Produk Air Mancur: Booklet of Air Mancur Products*, PT Air Mancur, Solo.
- PT Air Mancur. (2003), *From Nature for a Better Life*, Air Mancur, Solo.
- Setiamanah, Amelita. (2012), *Peran Top Brand dalam Perilaku Pembelian*, Marketing, Jakarta, edisi No. 03/XII/Maret 2012



Simatupang, G R Lono Lastoro. (2010), *Seni dan Estetika: Perspektif Antropologi* dalam Prosiding Seminar Nasional “Estetika Nusantara” Institut Seni Indonesia, 4 November 2010.

Sudarmadi. (2011), *250 Perusahaan Regional Papan Atas*, SWA, Jakarta, edisi17/XXVII/11-21 Agustus 2011.

#### **F. WEBTOGRAFI**

Bell, Clive. (2015), *Aesthetics*, Rowan University, [http://www.rowan.edu/philosop/clowney/Aesthetics/philos\\_artists\\_onart/bell.htm](http://www.rowan.edu/philosop/clowney/Aesthetics/philos_artists_onart/bell.htm), 5 Juni 2015

Marketing. (2012), *Top Brand Award 2011*, [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id), 18 April 2012.

<http://www.madurasa.co.id/product>

<http://airmancur.co.id/id/about>

Hirarki-Data. (2012), *Hirarki-Data*, <http://www.scribd.com>, 30 September 2012.

Piliang, Yasraf Amir. (2012), *Sastra dan E(ste)tika Massa*, <http://pr.qiandra.net.id>, 5 Agustus 2012.



## DAFTAR NARA SUMBER

- Agatha Tri Handayani SSn, perempuan, agama Islam, lahir di Klaten, 23 Januari 1985, *Design Staff* PT Air Mancur, wawanaca 13 Januari 2012 dan 12 Februari 2017.
- Ahmad Adib Drs, M.Hum, PhD, laki-laki, agama Islam, lahir di Solo 8 Juli 1965, Konsultan dan Direktur *Lestude: Center of Design Studies* Surakarta, wawancara 10-11 Desember 2011.
- Budi Rahayu Ir, perempuan, agama Islam, lahir di Mojokerto 22 Desember 1969, *Product Manager*, wawancara 16 April 2012.
- Eko Bambang Widjanarko Drs, laki-laki, agama Islam, lahir di Solo, 31 Januari 1973, *In House Creative Design* PT Air Mancur, wawanaca 20 Oktober 2011.
- Hermansyah Muttaqin SSn, MSn, laki-laki, agama Islam, lahir di Surakarta 15 November 1971, mantan *In House Advertiser* PT Air Mancur, wawanaca 28 Oktober 2011 dan 17 Maret 2012.
- Retno Hernayati DrH, perempuan, agama Kristen, lahir di Yogyakarta 12 Februari 1952, *Manager Quality Control*, wawancara 23 Maret 2011, 16 April 2012, dan 2 Juni 2012.
- Sri Sayekti, perempuan, agama Islam, lahir di Solo 5 Desember 1956, Pembina Depot PT Air Mancur, wawancara 13 April 2012.
- Sutardi BA, laki-laki, agama Islam, lahir di Karanganyar 24 Juli 1968, Kepala *General Affair*, wawancara pada 2 Juni 2011, 16 April 2012.

## DAFTAR ISTILAH (GLOSARIUM)


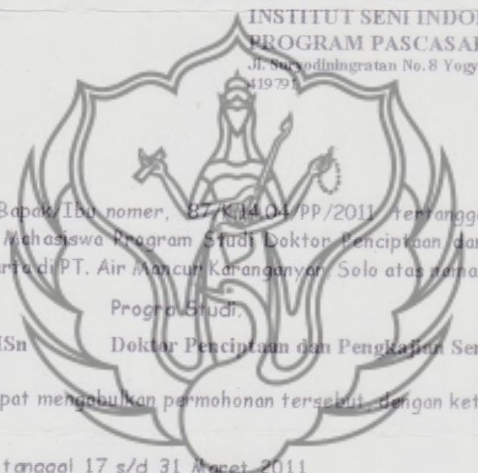
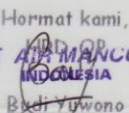
<i>Advertiser:</i>	Orang yang menciptakan maupun melaksanakan suatu gagasan atau ide menjadi suatu rancangan iklan .
<i>Advertising:</i>	Media sebagai penyampai pesan suatu produk, jasa, dan sosial secara statis dan dinamis.
<i>All art layout:</i>	Unsur desain sebagai pengisi <i>frame</i> dan tipografinya diletakkan di atas gambar.
<i>Audience:</i>	Khalayak yang merupakan pendengar, hadirin, penonton, atau pembaca suatu media yang menjadi sasaran usaha atau kegiatan periklanan.
<i>Banner:</i>	Lembaran kain atau <i>finyl</i> yang dibentang ditempelkan di langit-langit toko.
<i>Below the line:</i>	Kelompok media periklanan yang tidak sewa terbit di media massa, atau tidak sewa <i>space</i> dimiliki biro periklanan.
<i>Bodycopy:</i>	Isi atau kata-kata terpilih (berupa artikel yang berisi berita atau tulisan) untuk memperjelas <i>headline</i> dan <i>sub headline</i> .
<i>Booklet:</i>	Literatur beberapa halaman yang berisi penjualan berbagai produk dan merek dalam satu perusahaan.
<i>Brosur:</i>	Selebaran cetakan dalam promosi penjualan dan jasa yang dilipat-lipat.
<i>Catalogue:</i>	Buku kecil berisi daftar dan spesifikasi produk dari suatu perusahaan.
<i>Company profile:</i>	Buku yang menjelaskan sejarah dan perkembangan perusahaan dalam melahirkan produk dan merek.
<i>Circus layout</i>	Penataan desain iklan cetak melalui pembagian bidang-bidang kotak yang berukuran tidak sama melalui kombinasi gambar, huruf, dan warna yang terkesan berdesak-desakan.
<i>Corporate identity:</i>	Logo suatu perusahaan yang terdiri dari <i>logogram</i> dan <i>logotype</i> .
Desain:	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Elemen visual yang dikembangkan melalui pengaturan tertentu dan diolah sesuai dengan keperluan pengiklanan atau pengemasan.</li><li>2) Usaha deskripsi gagasan mengenai bentuk, rupa, ukuran, warna, dan tata letak beserta unsur-unsurnya yang membentuk wajah suatu benda.</li></ol>
Estetika:	Hal-hal yang mempelajari keindahan yang berasal dari obyek dan subyek.
<i>Flag ship:</i>	Tanda sebagai identitas suatu perusahaan yang ditempatkan di tepi atas media sebagai bendera perusahaan.
Gaya:	Pengaturan tata letak unsur-unsur desain melalui prinsip-prinsip desain periklanan.

<i>Grunge layout:</i>	<i>Layout</i> yang mengabaikan formalitas dalam desain, atau mencoba sesuatu yang anti estetis, yaitu menentang dari kebiasaan.
<i>Headline:</i>	Kalimat pendek yang ditempatkan secara mencolok pada sebuah iklan dengan menggunakan huruf yang menonjol.
Hegemoni:	Hubungan kekuasaan sosial secara khusus yang kelompok-kelompok dominannya mengamankan posisinya melalui hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologi.
Ilustrasi:	Seni menggambar yang berfungsi memperjelas dan menerangkan naskah atau manuskripnya.
<i>Impack:</i>	Dampak atau pengaruh pada pesan yang disampaikan di media promosi terhadap masyarakat selaku penerima pesan.
<i>In house advertising:</i>	Biro periklanan yang berada di dalam perusahaan.
Khalayak:	Bagian masyarakat yang menerima pesan melalui media.
Kode etik:	Merupakan peraturan yang dirancang oleh pemerintah dengan beberapa lembaga profesi, agar segala yang dilakukan oleh lembaga profesi maupun perseorangan tidak menyinggung suku, agama, ras, dan adat istiadat (SARA) serta dapat dipertanggungjawabkan.
Komposisi:	Pengaturan elemen-elemen pada suatu bidang yang harmonis.
Komunikator:	Orang yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi yang bertindak sebagai pribadi atau orang banyak.
Komunikasi tak langsung :	Komunikasi yang menggunakan alat, benda (media) yang disebut juga proses sekunder.
Komunikator:	Merupakan orang, kelompok, atau lembaga yang melakukan prakarsa menyampaikan pesan kepada komunikan.
Kreatif:	Keterampilan serta bakat individu untuk hal-hal yang berkaitan dengan artistik, penemuan, dan humor dengan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu.
<i>Layout:</i>	Pengaturan tata letak perwajahan suatu desain.
<i>Leaflet:</i>	Kertas satu lembar yang terdiri dari dua halaman yang mempromosikan produk dan jasa.
Logo:	Tanda yang terdiri dari huruf atau angka yang berhubungan dengan kode visual dan non visual.
<i>Logogram:</i>	Unsur berupa tulisan jenis huruf tertentu yang digunakan sebagai simbol identitas suatu perusahaan atau lembaga.
<i>Logotype:</i>	Unsur berupa gambar sebagai simbol identitas suatu perusahaan atau lembaga.
<i>Long shot:</i>	Bidikan kamera dari jarak tertentu yang memperlihatkan suatu objek secara menyeluruh
Media:	Alat untuk menyampaikan pesan atau berita tentang sesuatu hal.
Merek:	Tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna atau kombinasi susunan unsur-unsur tersebut sebagai identitas suatu produk.

Merek sekunder:	Merek yang tercipta dari pengembangan produk varian.
<i>Message</i> (pesan):	Eksekusi simbolis dari pemikiran sang pengirim.
<i>Moment</i> :	Kegiatan yang harus didokumentasikan agar kejadian yang pernah dilakukan tidak hilang dari ingatan, sebagai bukti bahwa kegiatan itu pernah dilakukan.
<i>Non linier layout</i> :	<i>Layout</i> kontemporer yang dapat dibaca mulai dari mana saja, terserah pada khalayak.
Orisinal:	Sesuatu yang baru, sama sekali belum ada.
<i>Panel layout</i> :	<i>Layout</i> yang banyak panel dengan ukuran sama yang diatur secara proporsional.
Pesan:	Pikiran dan perasaan sumber yang dituangkan ke dalam bentuk yang dapat diserap oleh indra.
<i>Positioning</i> :	Cara penempatan image suatu produk dan merek di benak konsumen.
Proses komunikasi:	Percakapan antar pribadi dua orang atau lebih, yaitu sumber (seseorang) mengirim pesan melalui saluran kepada penerima (orang lain), yang kemudian ditanggapi oleh penerima dalam bentuk balikan.
Relevan:	Kesesuaian desain media periklanan harus sesuai dengan produk, merek, perusahaan, dan khalayak.
Segmentasi:	Bagian atau kelompok masyarakat sebagai tujuan pemasaran produk atau jasa.
Slogan:	Kalimat yang berfungsi sebagai motto kampanye produk dan perusahaan.
<i>Subheadline</i> :	Penjelasan logika ke khalayak dalam membaca <i>headline</i> .
<i>Tagline</i> :	Kalimat pendek sebagai sarinya pesan yang disampaikan terhadap produk.
Teks komposisi:	Teks yang menerangkan kandungan produk.
Teks peringatan:	Pesan yang disampaikan produsen kepada konsumen mengenai penanganan produk.
Teks romantis:	Teks sanjungan dari keunggulan suatu produk dan merek.
Tipografi:	Pemilihan dan penataan huruf secara harmonis dalam media periklanan.

## LAMPIRAN

### A. Surat Persetujuan Penelitian dari PT Air Mancur

		<b>JAMU AIR MANCUR® P.T.</b>	
		<small>Jl. Raya Solo - Sragen Km. 7 Palur, Karanganyar, Surakarta Telp. (0271) 825024 - 821243 Fax. (0271) 825198 P.O. Box 253 SOLO 57102 - Indonesia</small>	
No	: 09/AM/HRD/III/2011	Karanganyar, 16 Maret 2011	
Hal	: Permohonan Penelitian		
		Kepada Yth : Bp. Profesor Dr. Djohan, MSI Asisten Direktur I INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA PROGRAM PASCASARJANA Jl. Sudjatingratan No.8 Yogyakarta 55143 Telp. / Fax (0274) 419791	
Dengan hormat,			
Menindaklanjuti surat Bapak/Ibu nomer, B7/K/14.04/PP/2011 tertanggal, 11 Februari 2011 perihal Permohonan Penelitian Mahasiswa Program Studi Doktor Penciptaan dan Pengkajian Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta di PT. Air Mancur Karanganyar, Solo atas nama mahasiswa			
No	Nama	Program Studi	NIM
1.	Drs. Pujiyanto, MSn	Doktor Penciptaan dan Pengkajian Seni	0930046512
Pada prinsipnya kami dapat mengabulkan permohonan tersebut, dengan ketentuan - ketentuan sebagai berikut :			
1. Waktu pelaksanaan tanggal 17 s/d 31 Maret 2011			
2. Masuk mulai pukul 12.00 s/d 16.00 WIB.			
3. Mahasiswa mengenakan jaket Almamater.			
4. Mahasiswa berpakaian rapi dan sopan			
5. Mahasiswa harus menyerahkan laporan hasil ke Perusahaan.			
6. Mahasiswa/siswa harus taat peraturanyang berlaku, ( dengan membeli produk Air Mancur senilai 50.000 di tempat koperasi bagi setiap peserta PKL, Penilitia ) pada waktu mengambil Surat Keterangan dari Perusahaan.			
Demikian surat jawaban kami, harap menjadikan periksa dan terima kasih atas perhatiannya.			
		Hormat kami,  PT AIR MANCUR INDONESIA Budi Yuwono	
Tindakan Kepada Yth :			
1. Kepala Perpustakaan			
2. Arsip			

## B. Surat Keterangan Penelitian dari Suara Merdeka

**SUARA MERDEKA**  
HARIAN UMUM

### SURAT KETERANGAN

No. 01/Red/ XI/2011

Redaksi Suara Merdeka Semarang menerangkan,

Nama : Drs Pujiyanto, M.Sn  
Program Studi : Doktor Penciptaan dan Pengkajian Seni  
Minat Studi : Pengkajian Seni  
Minat Utama : Desain Komunikasi Visual  
Alamat : Pasca ISI Jl Suryodiningratan No. 59 Mantri jeron Yogyakarta

Telah melaksanakan riset di Depo Arsip Suara Merdeka Semarang dari tanggal 11 Juli s/d 31 Oktober 2011.

Surat keterangan in dibuat dengan sebenarnya dan agar digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 6 Desember 2011

Pengelola Depo Arsip  
  
Sri Budi Utami, S.Pt