

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metodologi Perancangan	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis	6
1.6.3 Metode Perancangan	6
1.7 Kerangka Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Program Televisi sebagai Hiburan dan Informasi	10
2.1.1 Program Features Televisi	12
2.1.2 Karakteristik Features	13
2.1.3 Fungsi Program Feature	15
2.1.4 Jenis Feature Televisi	16
2.1.5 Features Sebagai Media Informasi yang Inspiratif	17
2.2 Konten Lokal Produk Indonesia Ramah Lingkungan	19

2.2.1 Konsumsi dan Produktivitas Lokal	19
2.2.2 Konten Produk Lokal	20
2.2.3 Produk Lokal Ramah Lingkungan	21
2.3 Produser dalam Features Televisi	23
2.3.1 Peran Produser dalam Program Televisi	23
2.3.2 Tugas Produser Televisi	24
2.3.3 Produser pada Produksi Feature	25
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Data Objek Penelitian	30
3.1.1 Produk Kreatif dan Inovatif di Indonesia	31
3.1.2 Produk Ramah Lingkungan	31
3.1.3 Produk Ramah Lingkungan di Bandung	35
3.1.3 Jam Tangan Kayu (MATOA)	36
3.1.4 Kacamata Limbah Kayu (TESMAK)	38
3.2 Data Karya Sejenis	39
3.2.1 Bumiku Satu	39
3.2.2 Indonesia Bagus	41
3.2.3 360	42
3.2.4 Made in Indonesia	44
3.3 Data Pendukung	45
3.3.1 Observasi	45
3.3.2 Wawancara	46
3.3.3 Khalayak Sasaran	50
3.3.4 Media Televisi	52
3.4 Analisis	54
3.4.1 Analisis Objek (Produk Ramah Lingkungan di Bandung)	54
1. Analisis Konsumsi dan Produktivitas Lokal	54
2. Analisis Konten Produk lokal	56
3. Analisis Inovasi Produk Ramah Lingkungan	59
3.4.2 Analisis Karakteristik Karya Sejenis Berdasarkan peran Produser	61
1. Analisis Feature sebagai Media yang informatif dan Inspiratif	61
2. Analisis Karakteristik Tempo	66

3. Analisis Karakteristik Pembawa Acara	70
4. Analisis Visual	74
5. Analisis Editing	79
3.4.3 Hasil Analisis	81
3.4.3 Hasil Analisis	83
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN	
4.1 Konsep Pesan (Ide Besar)	84
4.2 Konsep Kreatif	84
4.2.1 Pengayaan	85
4.2.2 Visualisasi	86
4.3 Konsep Media	87
4.3.1 Perancangan Media	87
4.3.2 Strategi Media	89
4.3.3 Strategi Kreatif	91
4.3.4 Strategi Komunikasi	92
4.3.5 Media Pendukung	93
4.4 Pra Produksi	94
4.4.1 Statment	94
4.4.2 Treatment	94
4.5 Konsep Visual	96
4.5.1 Durasi	96
4.5.2 Aspect	96
4.5.3. Audio	96
4.5.4 Typografi	97
4.5.5. Elemen Grafis	97
4.6 Produksi	99
4.6.1 Cahaya	100
4.6.2 Talent	100
4.6.3 Audio	101
4.7 Pasca Produksi	101
4.7.1 Editing	101
4.7.2 Audio Mixing	101

4.7.3 Review	102
4.7.4 Revisi	102
4.7.5 Hasil Akhir	102
4.7.6 On Air	102
4.8 Hasil Perancangan	102
4.8.1 Media Utama	102
4.8.2 Media Pendukung	110
4.9 Skema Perancangan	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	116