

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	5
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	6
1.7 Metode Perancangan	6
1.7.1 Pengumpulan Data	6
1.7.2 Analisis Data	8
1.7.3 Sistematika Perancangan.....	9
1.8 Kerangka Perancangan.....	10
1.9 Pembabakan	11
BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	12
2.1 Era Digital	12
2.2 Globalisasi.....	12
2.1.1 Uang Elektronik	13
2.1.2 Dompot Digital.....	13

2.3 Kelompok Sosial	14
2.4 Film Pendek Sebagai Penyampaian Informasi dan Product Placement.....	14
2.4.1 Pengertian Film	14
2.4.2 Jenis Film	14
2.4.3 Genre Film	14
2.4.4 <i>Product Placement</i>	15
2.5 <i>Motion Graphic</i>	16
2.6 <i>Pop Up Effect</i>	16
2.7 Warna.....	17
2.7.1 Hijau	17
2.7.2 Orange.....	17
2.8 Penyunting Gambar Dalam Film Pendek.....	17
2.8.1 Pengertian Penyunting Gambar	17
2.8.2 Tugas Penyunting Gambar	18
2.9 Studi Kasus.....	19
BAB III DATA DAN ANALISIS	21
3.1 Data dan Analisis Objek.....	21
3.1.1 Data Objek	21
3.1.2 Analisis Objek.....	27
3.2 Data dan Analisis Khalayak sasaran	29
3.2.1 Data Khalayak Sasar	29
3.2.2 Analisis Khalayak Sasar.....	29
3.3 Data dan Analisis Karya Sejenis	30
3.3.1 Data Karya Sejenis.....	30
3.3.2 Analisis Karya Sejenis	34
3.4 Hasil Analisis	51

3.4.1 Tema Besar	53
3.4.2 Keyword.....	54
3.4.3 Kerangka Analisis.....	55
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN	56
4.1 Konsep Perancangan	56
4.1.1 Konsep Pesan	56
4.1.2 Konsep Kreatif	57
4.1.3 Konsep Media	57
4.2 Proses Perancangan.....	58
4.2.1 Pra Produksi	58
4.2.2 Produksi	75
4.2.3 Pasca Produksi	79
4.3 Hasil Karya.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	