

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Rumusan Masalah	2
1.4 Lingkup Penelitian	2
1.5 Tujuan Perancangan.....	3
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.6.1. Studi Pustaka	3
1.6.2. Wawancara	3
1.6.3. Kuesioner.....	3
1.7 Metode Analisis Data.....	4
1.7.1 Observasi.....	3
1.7.2 Analisis Matrix.....	4
1.7.3 <i>S.T.P (Segmenting, Targeting, Positioning,)</i>	4
1.8. Kerangka Penelitian	5
1.9 Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Promosi	7
2.1.1. Pengertian Promosi.....	7
2.1.2 Tujuan Promosi	7
2.1.3 Media Promosi	8
2.2 Videografi	8
2.2.1 Tahapan Pembuatan videografi.....	8
2.3 Sinematografi	9
2.3.1 <i>Shot</i>	10
2.3.2 <i>Scene</i>	10
2.3.3 Ilustrasi.....	10
2.3.4 <i>Camera Angle</i>	10
2.3.5 Ukuran <i>shot</i>	13
2.3.5 Pergerakan Gambar.....	16
2.3.6 Pengaturan Arah Gambar (<i>Rooming</i>).....	18
2.4 Komposisi	19
2.5 Editing.....	20
2.6 Warna	20
2.8.1 Variabel Warna (<i>Hue, Value, Saturasi</i>).....	22
2.8.2 Karakteristik Warna	22
2.8.3 <i>Color grading</i>	23
2.8.4 <i>Color correction</i>	23
2.7 Tipografi.....	23
2.8 Kerangka Teori dan Asumsi.....	24
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	25
3.1. Data	25

3.1.1 Data Insitusi	25
3.1.2 Logo <i>The Hallway Space</i>	26
3.1.3 Struktur The Hallway Space	26
3.1.4 Jenis Kegiatan	27
3.1.5 Data Khalayak Sasaran	29
3.1.6. Data Pesaing Sejenis	30
3.1.7 Observasi.....	32
3.1.8 Wawancara.....	33
3.1.9 Kuesioner	35
3.2 Analisis Matrix Pebandingan.....	41
3.3 Penarikan Kesimpulan	46
BAB IV	47
KONSEP & HASIL ANALISIS PERANCANGAN.....	47
4.1 Konsep Pesan	47
4.1.1 Big Idea.....	47
4.1.2 Tujuan Pesan	47
4.1.3 Strategi Pesan.....	48
4.2 Konsep Kreatif	48
4.3 Konsep Visual	49
4.3.1 Warna	49
4.3.2 <i>Colour Grading</i>	49
4.3.2 <i>Tipography</i>	49
4.3.4 Refrensi <i>Framing</i>	50
4.4 Konsep media.....	50
4.5 Proses Perancangan.....	51
4.5.1 <i>Pra Production</i>	51

4.5.2 <i>Production</i>	61
4.5.4 Hasil Perancangan	63
4.5.5 Media Utama	64
4.5.6 Media Pendukung	65
BAB V	68
Kesimpulan dan Saran	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
Lampiran	71