

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	
Daftar Isi.....	4
Daftar Gambar.....	8
Daftar Tabel.....	
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	12
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	15
1.5 Tujuan Perancangan.....	16
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	16
1.7 Metode dan Metode Analisis Data.....	18
1.8 Kerangka Perancangan	20
1.9 Pembabakan	21
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 Teori Promosi	22
2.1.1 Tujuan Promosi.....	23
2.2 Teori Media Promosi	23
2.3 Teori Komunikasi Pemasaran.....	24
2.4 Teori Pariwisata	25
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	26
2.6 Videografi	26
2.6.1 Video Profil	27
2.7 Sinematografi.....	27
2.8 Teori Komposisi	34
2.9 Teori Audio.....	34
2.10 Teori Alur Produksi	34
2.10.1 Pra-Produksi.....	34

2.10.2	Produksi	35
2.10.3	Pasca Produksi	35
2.11	Teori Warna	36
2.11.1	Color Correction	37
2.11.2	Color Grading	38
2.12	Teori Tipografi.....	39
2.14	Kerangka Teori	40
2.15	Asumsi	41
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA.....		42
3.1	Data.....	42
3.1.1	Data Pemberi Proyek	42
3.1.2	Data Produk	47
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	72
3.1.4	Data Wawancara	74
3.1.5	Data Kuesioner	79
3.1.6	Data Proyek Sejenis	81
3.2	Analisis Data.....	84
3.2.1	Analisis dan Kesimpulan Data Pemberi Proyek	84
3.2.2	Analisis dan Kesimpulan Data Khalayak Sasaran	85
3.2.3	Analisis dan Kesimpulan Data Hasil Wawancara.....	85
3.2.4	Analisis dan Kesimpulan Data Hasil Kuesioner	87
3.2.5	Analisis dan Kesimpulan Matriks Perbandingan Proyek Sejenis	88
3.3	Rangkuman	90
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN		91
4.1	Konsep Pesan.....	91
4.1.1	Big Idea.....	91
4.1.2	Tujuan Pesan	91
4.1.3	Strategi.....	92
4.2	Konsep Kreatif.....	93
4.3	Konsep Visual.....	93
4.4	Konsep Media.....	94
4.4.2	Tipografi	97
4.4.3	Shot Size	98
4.4.4	Warna.....	100
4.4.5	Storyboard dan Shot Treatment	101
4.4.6	Naskah Voice Over.....	108

4.4.7	Call Sheet.....	110
4.4.8	Budgeting.....	111
4.4.9	Editing	111
4.5	Hasil Perancangan	112
BAB V PENUTUP		115
5.1	Kesimpulan.....	115
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN		118