

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Fokus Perancangan.....	5
1.4 Tujuan Karya	6
1.5 Manfaat Karya	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.6 Jadwal Kegiatan	7
1.6.1 Waktu dan Lokasi	7
1.6.2 Jadwal Kegiatan	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Komunikasi Massa	10
2.1.3 <i>New Media</i>	13
2.1.4 Media Sosial.....	14
2.1.5 Youtube	15
2.1.6 Film	16
2.1.7 Sinematografi	18
2.1.8 Video Profile Perusahaan.....	20

2.1.9 Proses Produksi Video	21
2.1.10 <i>Cutting (Editing)</i>	22
2.1.11 Tata Suara.....	22
2.1.12 Tata Cahaya.....	23
2.1.13 <i>Re-Branding</i>	24
2.2 Referensi Karya.....	24
BAB III.....	28
METODE DAN KONSEP.....	28
3.1 Gambaran Subjek dan Objek.....	28
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	28
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	28
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.2.1 Dokumentasi Karya.....	29
3.2.2 Data Primer dan Data Sekunder	29
3.3 Analisis Permasalahan.....	29
3.3.1 Observasi.....	30
3.3.2 Wawancara	30
3.4 Konsep Komunikasi.....	30
3.4.1 Media Komunikasi	30
3.4.2 Jenis Format Perancangan Karya	31
3.4.2 Strategi Pesan	31
3.5 Konsep Kreatif	33
3.5.1 Judul Karya	33
3.5.2 Sinopsis	33
3.5.3 <i>Script</i>	33
3.5.4 <i>Storyboard</i>	36
3.5.5 Konsep Visual	37
3.6 Skema Perancangan.....	38
3.6.1 Tahapan Produksi.....	39
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	40
3.6.3 Biaya Produksi	42
BAB IV	44
HASIL KARYA.....	44
4.1 Proses Perancangan Karya	44
4.1.1 Pra Produksi	45
4.1.2 Produksi.....	46
4.1.3 Paska Produksi	48
4.2 Pembahasan Hasil Karya	51
4.2.1 Kaitan Dengan Konsep Komunikasi	51

4.2.2 Kaitan Dengan Konsep Kreatif	53
BAB V	60
PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan Karya	60
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Akademisi	61
5.2.2 Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	64