

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Fokus Perancangan.....	12
1.4 Tujuan Karya.....	12
1.5 Manfaat Karya.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Jadwal Kegiatan	13
1.6.1 Waktu dan Lokasi	13
1.6.2 Jadwal kegiatan	13
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2. Tinjauan Teori.....	15
2.1 Komunikasi Massa.....	15
2.1.1 Komunikasi Persuasif	16
2.1.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	17
2.1.3 <i>Promotional Mix</i>	19

2.1.4 Iklan	20
2.1.5 Iklan komersial.....	21
2.1.6 Tahapan Produksi.....	22
2.1.7 Manajemen Produksi.....	24
2.1.8 Produser	25
2.1.9 Sinematografi	27
2.1.10 Tata Suara	29
2.1.11 Tata Cahaya.....	30
2.1.12 <i>Type Shot</i>	30
2.1.13 <i>Editing Montase</i>	31
2.1.14 Media Sosial.....	32
2.1.14.1 Instagram.....	32
2.1.14.2 TikTok.....	33
2.1.14.3 YouTube.....	33
2.1.15 <i>Brand Awareness</i>	34
2.1.15 <i>Brand image</i>	35
2.2 Referensi Karya.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	40
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	40
3.1.2 Objek Perancangan Karya.....	40
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.2.1 Data Primer	41
3.2.2 Data sekunder.....	41
3.3 Analisis permasalahan.....	41
3.3.1 Observasi.....	41
3.3.2 Wawancara.....	42

3.4 Konsep Komunikasi	43
3.4.1 Media Komunikasi	43
3.4.2 Jenis atau Format Perancangan Karya	44
3.4.3 Strategi Pesan	44
3.5 Konsep Kreatif	44
3.5.1 Tema/Judul	45
3.5.2 <i>Storyline</i>	45
3.5.3 <i>Script</i>	46
3.5.4 <i>Shot List</i> dan <i>Storyboard</i>	48
3.5.5 Konsep Visual	53
3.6 Skema Perancangan Karya	54
3.6.1 Tahap Pembuatan Karya	54
3.6.1.1 Pra Produksi	54
3.6.1.1.1 Penemuan ide/gagasan	55
3.6.1.1.2 Riset dan Wawancara	55
3.6.1.1.3 Pembuatan <i>Script</i>	55
3.6.1.1.4 Menyusun jadwal produksi	55
3.6.1.1.5 Menentukan <i>talent</i> dan kru	56
3.6.1.1.6 Survei Lokasi	56
3.6.1.1.7 Pembuatan <i>Storyboard</i>	56
3.6.1.1.8 Menentukan Alat	56
3.6.1.1.9 Menyusun rancangan anggaran	56
3.6.1.2 Produksi	56
3.6.1.3 Pasca Produksi	56
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi	63
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	63
3.6.4 Biaya Produksi	64

BAB 4 HASIL KARYA.....	66
4.1 Proses Perancangan Karya	66
4.1.1 Pra Produksi	66
4.1.2.2 Penemuan Ide	66
5.1.2.2 Riset dan wawancara.....	67
4.1.1.3 Pembuatan <i>Script</i>	68
4.1.1.4 Menyusun Jadwal produksi.....	69
4.1.1.5 Menentukan <i>talent</i> dan kru.....	69
4.1.1.6 Survei Lokasi	69
4.1.1.7 Membuat <i>Storyboard</i>	70
4.1.1.8 Menentukan Alat.....	70
4.1.2.1 Menyusun rancangan anggaran.....	71
4.1.2 Produksi	71
4.1.2.1 Teknis Produksi.....	72
4.1.2.2 Kru dan Pemain.....	74
4.1.1.2.3 Peralatan	74
4.1.3 Pasca Produksi	76
4.1.3.1 <i>Offline editing</i>	76
4.1.3.2 <i>Online editing</i>	77
4.1.3.2 Media Pendistribusian.....	78
4.2 Manajemen produksi	79
4.2.1 Perencanaan Produksi	79
4.2.2 Pengorganisasian Sumber Daya.....	80
4.2.3 Komunikasi yang tepat.....	80
4.2.4 Pemecahan Masalah	81
4.2.5 Pengawasan dan pengendalian.....	81
4.2.6 Kolaborasi	82

4.2.7 Manajemen Risiko	83
4.2.8 Pasca Produksi	86
4.3 Pembahasan Hasil Karya.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Akademis.....	100
5.2.2 Saran Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	107