

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi/Rumusan Masalah	11
1.3 Fokus Perancangan.....	11
1.4 Tujuan Karya.....	11
1.5 Manfaat Karya.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Jadwal Kegiatan.....	12
1.6.1 Waktu dan Lokasi	12
1.6.2 Jadwal Kegiatan.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	14
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL	14
BAB III METODE DAN KONSEP	14
BAB IV HASIL KARYA	14
BAB V PENUTUP	14
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Komunikasi Visual	15
2.1.2 Manajamen Acara	16
2.1.3 <i>Live Streaming</i>	18

2.1.4 Produksi Tayangan	19
2.1.5 Visual <i>Content Creator</i>	20
2.2 Referensi Karya	21
2.2.1 Referensi Karya	21
BAB III METODE DAN KONSEP	25
3.1 Gambaran Subjek dan Objek	25
3.1.1 Subjek Perancangan Karya	25
3.1.1.1 Lokasi Perusahaan	29
3.1.2 Objek Perancangan Karya	30
3.2 Analisis Permasalahan	31
3.3 Konsep Komunikasi	32
3.3.1 Media Komunikasi	32
3.3.2 Jenis atau Format Perancangan Karya	33
3.3.3 Strategi Pesan	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Konsep Kreatif	36
3.5.1 Tema atau Judul	36
3.5.2 <i>On Air Look Program</i>	37
3.5.3 <i>Rundown Program</i> atau <i>Storyboard</i>	38
3.5.4 Konsep Visual	40
3.6 Skema Perancangan	41
3.6.1 Tahapan Produksi	41
3.6.2 Jadwal Pelaksanaan Produksi	42
3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan	43
3.6.4 Biaya Produksi	44
BAB IV HASIL KARYA	45
4.1 Hasil Karya	45
4.1.1 Proses Pra Produksi Perancangan Karya	45
4.1.2 Proses Produksi Perancangan Karya	52
4.1.3 Proses Pasca Produksi Perancangan Karya	63
4.1.4 Pembahasan Perancangan Karya	64
4.1.4.1 Penerapan Teori Komunikasi Visual	65
4.1.4.2 Penerapan Teori Manajemen Acara	66
BAB V KESIMPULAN	75

5.1 Kesimpulan Karya.....	75
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis.....	76
5.2.2 Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81