

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Ruang Lingkup Permasalahan.....	5
1.4.1 Apa.....	5
1.4.2 Bagaimana.....	6
1.4.3 Siapa.....	6
1.4.4 Kapan	6
1.4.5 Dimana.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	7
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pemasaran.....	11
2.2 Bauran Pemasaran	12

2.3 Media Promosi	15
2.4 Sinematografi	16
2.5 <i>Audio</i>	21
2.6 Struktur Naratif	22
2.7 Alur Produksi	22
2.7.1 Pra-produksi.....	22
2.7.2 Produksi	22
2.7.3 Pasca Produksi	23
2.8 Desain Komunikasi Visual.....	23
2.9 Tipografi.....	24
2.10 Warna	25
2.10.1 <i>Color Correction</i>	26
2.10.2 <i>Color Grading</i>	27
2.11 Kerangka Teori.....	28
2.12 Asumsi.....	29
BAB III DATA DAN ANALISIS	30
3.1 Data	30
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek	30
3.1.2 Data Produk	34
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	36
3.1.4 Data Proyek Sejenis	38
3.1.5 Data Observasi	41
3.2 Analisis	57
3.2.1 Analisis Data Matriks	57
3.2.2 Analisis Data Kuesioner	59
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	65
4.1 Konsep Perancangan	65
4.1.1 Konsep Pesan.....	65

4.1.2	Konsep Kreatif.....	66
4.1.3	Konsep Media.....	68
4.1.4	Konsep Visual.....	69
4.2	Proses Perancangan.....	72
4.2.1	Pra-produksi.....	72
4.2.2	Produksi.....	84
4.2.3	Pasca Produksi.....	85
4.3	Hasil Perancangan.....	87
4.3.1	Video Promosi Pratani.....	87
4.3.2	Media Pendukung.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		99