

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.1 Kurangnya Pemahaman Tentang Nilai Budaya .....	3
1.2.2 Kurangnya Kesadaran Terhadap Penggunaan Teknologi .....	3
1.2.3 Kurangnya Modal Akibat Penurunan Kunjungan.....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.3.1 Bagaimana meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, terutama generasi muda, terhadap nilai-nilai budaya dan tradisi Kampung Naga melalui media promosi yang efektif? .....	4
1.3.2 Bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas promosi dan pengelolaan informasi tentang Kampung Naga? .....	4
1.3.3 Bagaimana merancang <i>motion graphic</i> sebagai media promosi yang menarik dan informatif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kampung Naga? .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.1 Berdasarkan pada permasalahan yang ada diatas tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan media promosi yang dapat	

mempromosikan Kampung Naga dengan menarik dan informatif kepada target <i>audience</i> .....	4
1.4.2 Untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap nilai-nilai budaya dan tradisi Kampung Naga melalui penggunaan media promosi yang informatif dan menarik. ....	4
1.4.3 Untuk merancang <i>motion graphic</i> yang informatif dan visualnya menarik, dengan tujuan meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Kampung Naga dan mengenal lebih dalam tentang kekayaan budayanya. ....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Masyarakat.....	5
1.5.2 Institusi Pendidikan.....	5
1.5.3 Pemerintah .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II</b> .....	7
2.1 Kerangka Teoritis .....	7
2.1.1 Perancangan .....	7
2.1.2 Promosi .....	7
2.1.3 Tujuan Promosi.....	8
2.1.4 Fungsi Promosi .....	9
2.1.5 Multimedia Interaktif.....	10
2.1.6 Elemen Multimedia Interaktif.....	11
2.1.7 Motion Graphic.....	14
2.1.8 Desain Komunikasi Visual.....	15
2.1.9 Ilustrasi .....	17
2.1.10 <i>Storyboard</i> .....	18
2.1.11 Warna .....	19
2.1.12 Tradisi .....	20
2.1.13 Sosiologi .....	21
2.1.14 Tipografi.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.2.1 Tabel Perbandingan.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.4 Preposisi Penelitian .....	29

2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	30
<b>BAB III</b> .....	31
3.1 Pendekatan Perancangan .....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel .....	32
3.2.3 Fokus Penelitian.....	32
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.3.1 Wawancara .....	33
3.3.2 Observasi .....	33
3.3.3 Kuesioner .....	34
3.3.4 Studi Literatur .....	34
3.4 Uji Validitas data .....	34
3.5 Metode Perancangan .....	35
3.5.1 Tema/ <i>Big Idea</i> .....	35
3.5.2 Tahap Pencarian Ide rancangan .....	36
<b>BAB IV</b> .....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Observasi .....	38
4.3 Hasil Wawancara .....	42
4.4 Proses Perancangan .....	45
4.4.1 <i>Concept</i> .....	46
4.4.2 <i>Design</i> .....	55
4.4.3 <i>Material Collecting</i> .....	63
4.4.4 <i>Assembly</i> .....	66
4.4.5 <i>Testing</i> .....	69
4.4.6 <i>Distribution</i> .....	70
<b>BAB V</b> .....	73
5.1 Kesimpulan :.....	73
5.2 Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75