

## 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