

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Fokus Perancangan.....	9
1.4 Tujuan Karya.....	9
1.5 Manfaat Karya.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Jadwal Kegiatan	10
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 Komunikasi Massa	13
2.1.2 Teori Komunikasi Persuasif	13
2.1.3 Media Digital	15
2.1.4 Audiovisual Sebagai Sarana Promosi	16

2.1.5	Iklan.....	17
2.1.6	Komunikasi Visual	17
2.1.7	Sinematografi	18
2.1.8	<i>Director of Photography</i>	21
2.1.9	Proses Produksi Video Iklan Sebagai <i>Director of Photography</i>	22
2.1.10	Instagram Sebagai Media Publikasi	24
2.2	Referensi Karya.....	25
BAB III		30
METODE DAN KONSEP		30
3.1	Gambaran Subjek dan Objek	30
3.1.1	Subjek.....	30
3.1.2	Objek.....	31
3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.2.1	Observasi.....	31
3.2.2	Wawancara	32
3.3	Analisis Permasalahan	32
3.4	Konsep Komunikasi	33
3.4.1	Media Komunikasi	33
3.4.2	Format Perancangan Karya	34
3.5	Konsep Kreatif	34
3.5.1	Tema/Judul	34
3.5.2	Sinopsis	34
3.5.3	Naskah.....	35
3.5.4	<i>Photoboard</i>	37
3.5.5	Konsep Visual	41
3.6	Skema Perancangan	42
3.6.1	Tahapan Produksi	43

3.6.2	Jadwal Pelaksanaan Produksi.....	44
3.6.3	Daftar Tim & Penugasan.....	45
3.6.4	Biaya Produksi	46
BAB IV		48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Proses Perancangan Karya	48
4.1.1	Pra-Produksi.....	49
4.1.2	Produksi	57
4.1.3	Pasca-Produksi	62
4.2	Pembahasan Hasil Karya.....	64
4.2.1	Kaitan Dengan Konsep Komunikasi.....	64
4.2.2	Kaitan Dengan Konsep Kreatif.....	69
4.2.3	Konsep <i>Five C's of Cinematography</i>	70
BAB V		79
PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan Karya.....	79
5.2	Saran.....	79
5.2.1	Saran Akademis.....	79
5.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83