DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Batasan Masalah 3
1.4 Maksud dan Tujuan 3
1.4.1 Maksud 3
1.4.2 Tujuan 3
1.5 Manfaat Perancangan 4
1.5.1 Manfaat Internal 4
1.5.2 Manfaat Eksternal 4
1.6 Profile Klien 5
1.7 Alur Perancangan 6
BAB II DATA DAN PRINSIP PERANCANGAN **7**
2.1 Tinjauan Data Perancangan 7
2.1.1 Wawancara 7
2.1.2 Observasi 8
2.2 Teori dan Prinsip Perancangan 9
2.2.1 Promosi 9
2.2.2 Media 9
2.2.3 Media Promosi 9
2.2.4 Strategi Promosi 10
2.2.5 Videografi 10
2.2.6 Storytelling 11
2.2.7 Warna 12
2.2.8 Tipografi 12
2.2.9 Editing 13
2.3 Referensi Visual 16
2.3.1 Siliwangi Holiday 16
2.3.2 Summerscape Indonesia 17
BAB III KONSEP PERANCANGAN **18**

3.1 Strategi Komunikasi....18
3.2 Target Audiens....19
3.3 Tujuan Komunikasi....20
3.4 Konsep Visual....20
3.4.1 Warna....20
3.4.2 Tipografi....21
3.4.3 Layout....23
3.4.4 Transisi....24
3.5 Konsep Media....26
BAB IV PAPARAN KARYA....27
4.1 Pra-Produksi....27
4.1.1 Naskah Scenario....27
4.1.2 Storyboard....29
4.2 Produksi....32
4.3 Pasca Produksi....33
4.3.1 Acquisition....33
4.3.2 Organization....34
4.3.3 Review and Selection....34
4.3.4 Assembly....35
4.3.5 Rough Cut....36
4.3.6 Fine Cut....36
4.3.7 Picture Lock....37
4.3.8 Finishing....37
4.3.9 Mastering and Delivery....39
4.4 Output Karya....40
BAB V PENUTUP....44
5.1 Kesimpulan....44
5.2 Saran....45
DAFTAR PUSTAKA....46
LAMPIRAN....48