

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN TANDA KELULUSAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
RIWAYAT HIDUP.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Penegasan Makna Judul.....	7
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan.....	11
1.5 Manfaat.....	12
1.5.1 Manfaat bagi Institusi.....	12
1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan.....	12
1.5.1 Manfaat bagi Masyarakat.....	13
1.6 Metode Perancangan.....	13
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	13
1.6.1.1 Data Lapangan.....	13

1.6.1.2 Data Kajian Literatur.....	18
1.6.2 Data Kajian Karya Audio Visual Acuan.....	20
1.6.2.1 Metode Analisa Data.....	22
1.6.2.2 Metode Analisa Kualitatif.....	22
1.6.2.3 Analisa SWOT.....	23
1.6.2.4 Sintesis.....	24
1.7 Kerangka Pemikiran.....	24
1.8 Skematika Perancangan.....	25
1.8 Tempat dan Tahun Produksi.....	26
1.9 Sistematika Penulisan.....	26
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA.....	29
2.1 Tinjauan Pustaka.....	29
2.1.1 Komunikasi.....	29
2.1.2 Komunikasi Massa.....	30
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	33
2.1.2.2 Ciri - ciri Komunikasi Massa.....	36
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	37
2.1.3 Promosi.....	39
2.1.4 Media.....	43
2.1.5 Audio.....	45
2.1.6 Visual.....	45
2.1.7 Proses Produksi Karya Audio Visual.....	46
2.1.8 Strategi Publikasi.....	49

2.1.9 Psikologi Warna.....	51
2.1.10 Semiotika.....	61
2.1.11 Aspek Kultura.....	64
2.1.12 Gaya Desain.....	70
2.1.13 Unsur dan Prinsip Desain.....	85
2.1.14 Copy Writing.....	89
2.1.14.1 Headline.....	90
2.1.14.2 Sub Headline.....	91
2.1.14.3 Tag Line.....	92
2.1.14.4 Body Copy.....	93
2.1.14.5 Body Text.....	95
2.1.15 Ilustrasi Pada Media Publikasi.....	96
2.1.16 Tipografi Pada Media Publikasi.....	100
2.1.17 Teknik Kamera Elektronik.....	104
2.1.17.1 Camera Angel.....	105
2.1.17.2 Type Of Shot.....	110
2.1.17.3 Type Of Character.....	116
2.1.17.4 Moving Camera.....	126
2.1.17.5 Komposisi.....	131
2.2 Analisa Data.....	135
2.2.1 Gambaran Institusi.....	136
2.2.1.1 Visi dan Misi Kabupaten Wonosobo.....	137
2.2.1.2 Departemen Perusahaan.....	138
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi.....	138

2.2.3 Data Kompetitor.....	139
2.2.4 Analisa SWOT Video Profile.....	139
BAB III KONSEP PERANCANGAN AUDIO VISUAL VIDEO PROFILE PESONA WISATA WONOSOBO NEGERI DI ATAS AWAN DATARAN TINGGI DIENG PLATEAU.....	141
3.1 Konsep Media	141
3.1.1 Tujuan Media.....	142
3.1.2 Strategi Media	143
3.1.3 Pemilihan Media.....	143
3.1.3.1 Target	144
3.1.3.2 Panduan Media	145
3.1.3.3 Program Media.....	146
3.2 Konsep Kreatif.....	154
3.2.1 Keyword	154
3.2.2 Strategi Kreatif.....	155
3.2.2.1 Warna	155
3.2.2.2 Tipografi.....	157
3.2.2.3 Image	157
3.2.2.4 Logo	158
3.2.2.5 Identitas Visual.....	158
3.2.2.6 Gaya Desain	159
3.2.2.7 Layout	160
3.2.3 Program Kreatif	160
3.2.3.1 Proses Cetak.....	160

3.2.3.2 Pra-Produksi	161
3.2.3.3 Produksi	162
3.2.3.4 Pasca Produksi	162
3.3 Konsep Komunikasi	163
3.3.1 Tujuan Komunikasi	163
3.3.2 Strategi Komunikasi	164
3.4 Perancangan Biaya Produksi	164
3.4.1 Promosi	165
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI	167
4.1 Audio Visual Video Profile	167
4.2 Storyline	168
4.3 Dokumentasi Stroyboard	179
4.4 Media Pendukung	182
4.4.1 Cover DVD	183
4.4.2 Label Stiker CD	185
4.4.3 Poster	188
4.4.4 Billboard	190
4.4.5 Iklan Pada Bus	193
4.4.6 T- Shirt	195
4.4.7 Stiker	197
4.4.8 Botol Minum / Tumbler	199
BAB V PENUTUP	203
5.1 Kesimpulan	203
5.2 Saran	204
DAFTAR PUSTAKA	206
LAMPIRAN	210