

DAFTAR ISI

JUDUL LAPORAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	3
1.6 Kerangka Pemikiran	4
1.7 Skematika Perancangan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Teori Komunikasi.....	6
2.1.2 Komunikasi Massa	7
2.1.1.1 Komunikasi Massa	7
2.1.1.2 Pengertian Komunikasi Massa	8
2.1.1.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	8
2.1.1.4 Fungsi Komunikasi Massa	10
2.1.1.5 Teori Media	11
2.1.1.6 Pengertian Video	12

2.1.1.7	Macam-Macam Video	12
2.1.1.8	Jenis-Jenis Video	14
2.1.1.9	Jenis-Jenis Format Video	16
2.1.1.10	Defenisi dan Tujuan Editing	17
2.1.2	Strategi Publikasi	18
2.1.3	Psikologi Warna	19
2.1.4	Semiotika	24
2.1.5	Aspek Kultural	24
2.1.6	Gaya Desain	25
2.1.7	Unsur dan Prinsip Desain	28
2.1.8	Ilustrasi Pada Media Publikasi	36
2.1.9	Tipografi Pada Media Publikasi	37
2.2	Analisa Data	38
2.2.1	Gambaran Institusi	39
2.2.1.1	Sejarah Pariwisata Tanah Karo	39
2.2.1.2	Visi dan Misi	40
2.2.1.3	Struktur Organisasi	42
2.2.1.4	Lokasi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kab Karo	42
2.2.1.5	Segmentasi Pasar	42
2.2.1.6	Positioning	43
2.2.1.7	Target Audience	43
2.2.2	Kondisi Media Komunikasi Visual	43
2.2.2.1	Visual	44
2.2.2.2	Audio	44
2.2.2.3	Audio Visual	45
2.2.2.4	Karakteristik Audio Visual	45
2.2.2.5	Tahapan Produksi	46
2.2.2.6	Copywriting	48
2.2.2.7	Headline	49
2.2.2.8	Sub Headline	50

2.2.2.9	BodyCopy	50
2.2.2.10	Art Directing.....	51
2.2.2.11	Camera Angle	51
2.2.2.12	Type Of Shot	54
2.2.2.13	Moving Camera	61
2.2.3	Data Kompetitor	64
2.2.4	SWOT	64

**BAB III KONSEP PERANCANGAN AUDIO VISUAL VIDEO FEATURE
PROMOSI WISATA ALAM DI TANAH KARO**

3.1	Konsep Media	65
3.1.1	Tujuan Media	65
3.1.2	Strategi Media.....	65
3.1.3	Pemilihan Media.....	66
3.1.3.1	Target	66
3.1.3.2	Panduan Media	67
3.1.3.3	Program Media	67
3.2	Konsep Kreatif	68
3.2.1	Keyword	68
3.2.2	Strategi Kreatif	68
3.2.2.1	Warna.....	68
3.2.2.2	Tipografi	68
3.2.2.3	Image	70
3.2.2.4	Logo	70
3.2.2.5	Identitas Visual	71
3.2.2.6	Gaya Desain.....	71
3.2.2.7	Layout	71
3.2.2.8	Produser	71
3.2.2.9	Penulis Naskah.....	72
3.2.3	Program Kreatif	72

3.2.3.1	Proses Cetak.....	72
3.2.3.2	Pra-Produksi.....	72
3.2.3.3	Produksi.....	72
3.2.3.4	Pasca Produksi.....	72
3.3	Konsep Komunikasi.....	73
3.3.1	Tujuan Komunikasi.....	73
3.3.2	Strategi Komunikasi.....	73
3.4	Perencanaan Biaya.....	74
3.4.1	Produksi.....	74

BAB IV DESAIN dan APLIKASI

4.1	Video Promosi.....	75
4.2	Dokumentasi Storyboard.....	75
4.2.1	Script Narasi.....	77
4.3	Media Pendukung.....	78
4.3.1	Cover.....	78
4.3.2	Label Stiker.....	78
4.3.3	Poster.....	80
4.3.4	Billboard.....	80
4.3.5	Iklan di Bis.....	81
4.3.6	Stiker.....	81

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan dan Saran.....	89
5.1.1	Kesimpulan.....	89
5.1.2	Saran.....	90
5.2	Hasil Penilaian Sidang Tugas Akhir.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul