

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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	4
1.6 Kerangka Pemikiran	5
1.7 Skematika Perancangan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISAN DATA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori Komunikasi	7
2.1.2 Strategi Publikasi.....	9
2.1.3 Psikologi Warna	11
2.1.4 Semiotika.....	20
2.1.5 Aspek Kultural	21
2.1.6 Gaya Desain	22
2.1.6.1 Flat Desain.....	22
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain	23

2.1.7.1 Unsur-unsur Desain.....	23
2.1.8 Ilustrasi pada Media Publikasi	37
2.1.9 Tipografi pada Media Publikasi	39
2.1.10 Copywriting.....	41
2.1.10.1 Headline	43
2.1.10.2 Sub Headline	44
2.1.10.3 Tagline.....	45
2.1.10.4 Body Copy.....	46
2.1.11 Layout.....	47
2.1.12 Grid.....	48
2.1.13 Video	49
2.1.14 Prinsip-Prinsip Pengambilan Gambar	49
2.1.15 Elemen-Elemen Pada Video.....	50
2.1.16 Teori Motion Graphic.....	51
2.1.17 Teori Kampanye	52
2.1.17.1 Jenis-jenis kampanye.....	53
2.1.17.2 Kampanye Non Komersil.....	54
2.1.17.3 Jenis-jenis Media Kampanye	55
2.1.17.3.1 Media Above The Line	55
2.1.17.3.2 Media Below The Line	58
2.1.17.3.3 Media Through The Line	62
2.2 Analisa Data	63
2.2.1 Gambaran Intitusi.....	63
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual	64
2.2.3 Data Kompetitor.....	64
2.2.4 SWOT.....	65
BAB III KONSEP PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE MOTION GRAPHIC SUNNAH RASULULLAH SAW MENGENAI KEUTAMAAN UNTUK DUDUK DISAAT MEMINUM AIR	66
3.1. Konsep Meda.....	66
3.1.1 Flat Desain	66

3.1.2 Strategi Media	66
3.1.3 Pemilihan Media	68
3.1.3.1 Target Media	68
3.1.3.2 Paduan Media.....	69
3.1.3.3 Program Media.....	71
3.2. Konsep Kreatif.....	71
3.2.1 Keyword.....	71
3.2.2 Strategi Kreatif	72
3.2.2.1 Warna	72
3.2.2.2 Tipografi.....	75
3.2.2.3 Ilustrasi Maskot.....	76
3.2.2.4 Logo	78
3.2.2.5 Identitas Visual	78
3.2.2.6 Gaya Desain	79
3.2.2.7 Layout	79
3.2.3 Program Kreatif.....	80
3.2.3.1 Proses Cetak.....	80
3.2.3.2 Pra-Produksi.....	80
3.2.3.3 Produksi	80
3.2.3.4 Pasca Produksi	81
3.3. Konsep Komunikasi	82
3.3.1 Tujuan Komunikasi.....	82
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	82
3.3.2.1 Media Cetak	83
3.3.2.2 Media Luar Ruang	84
3.3.2.3 Media Sosial.....	84
3.3.2.4 Merchandise	84
3.3.2.5 Video Infografis	85
3.4. Perencanaan Biaya.....	85
3.4.1 Produksi.....	85
3.4.2 Promosi.....	86

BAB IV DESAIN dan APLIKASI	87
4.1 Logo.....	87
4.1.1 Logo.....	87
4.1.2 Slogan	88
4.1.3 Penetapan Identitas Visual.....	88
4.2 Stationary.....	90
4.2.1 Kartu Nama.....	90
4.2.2 Kop Surat.....	91
4.3 Media Publikasi	92
4.3.1 Video Kampanye	92
4.3.1.1 Script Narasi dan Dokumentasi Storyboard	93
4.3.1.2 Proses Pembuatan Video Kampanye.....	95
4.3.2 Poster	98
4.3.3 Brosur	104
4.3.4 Flayer.....	105
4.3.5 Human Standing	106
4.3.6 Iklan Majalah.....	106
4.3.7 Iklan Koran	107
4.3.8 Instagram Post	109
4.3.9 Billboard	110
4.4 Merchandise.....	111
4.4.1 Tote Bag	111
4.4.2 Kaos.....	112
4.4.3 Mug.....	113
4.4.4 Kalender.....	114
4.4.5 Pin.....	114
BAB V PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran	115
5.2.1 Saran untuk Lembaga Pendidikan	115
5.2.2 Saran untuk Lembaga Terkait.....	116
5.2.3 Bagi Mahasiswa.....	116

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 3.1 Prediksi Biaya Produksi Merchandise.....	85
Table 3.2 Prediksi Biaya Produksi Media Promosi.....	86
Table 4.1 Storyline video kampanye minumduduk ID.....	93

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Storiline dan Storyboard
- Lampiran 2. Lembar Asistensi Penulisan Tugas Akhir
- Lampiran 3. Display Karya Pameran