

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan	14
1.4.1 Maksud	14
1.4.2 Tujuan	15
1.5 Metode Pengumpulan Data	15
1.6 Kerangka Pemikiran	16
1.7 Skematika Perancangan	17
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISA DATA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Teori Komunikasi	19
2.1.2 Komunikasi Massa	21
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	21

2.1.2.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	22
2.1.2.3 Unsur Komunikasi Massa	23
2.1.3 Veteran	24
2.1.4 Media	29
2.1.4.1 Pengertian Media Komunikasi	29
2.1.4.2 Jenis Media Komunikasi	30
2.1.4.3 Fungsi Media Komunikasi	30
2.1.5 Audio Visual	31
2.1.5.1 Pengertian Audio Visual	32
2.1.5.2 Jenis Audio Visual	33
2.1.5.3 Fungsi Audio Visual	38
2.1.5.4 Proses Produksi Audio Visual	38
2.1.6 Psikologi Warna	41
2.1.7 Semiotika	43
2.1.8 Strategi Publikasi	44
2.1.9 Tinjauan Aspek Kultural	45
2.1.10 Tinjauan Aspek Moral	46
2.1.11 Gaya Desain	47
2.1.12 Tinjauan Unsur Komposisi	50
2.1.13 Tinjauan Tata Fotografi pada Media Publikasi	51
2.1.13.1 Type Of Shot	52
2.1.13.2 Camera Angle	53
2.1.13.3 Moving Camera	54
2.1.13.4 Jenis Kamera dan Kaset Video	56
2.1.14 Tinjauan Tata Tipografi pada Media Publikasi	57
2.1.15 Metode Penelitian	60
2.2 Pengumpulan Data	61

2.2.1	Gambaran Institusi	61
2.2.2	Gambaran Karakter Target	65
2.2.3	Data Kompetitor	65
2.2.4	Kondisi Media Audio Visual	66
2.2.5	Analisa Data (SWOT, Positioning, USP)	67
BAB III KONSEP PERANCANGAN		70
3.1	Konsep Media	70
3.1.1	Tujuan Media	70
3.1.2	Strategi Media	71
3.1.3	Pemilihan Media	73
3.1.3.1	Target	73
3.1.3.2	Panduan Media	74
3.1.3.3	Program Media	75
3.2	Konsep Kreatif	75
3.2.1	Keyword	76
3.2.2	Strategi Kreatif	77
3.2.2.1	Warna	78
3.2.2.2	Tipografi	79
3.2.2.3	Image	80
3.2.2.4	Logo	81
3.2.2.5	Identitas Visual	82
3.2.2.6	Gaya Desain	83
3.2.2.7	Layout	84
3.2.3	Program Kreatif	85
3.2.3.1	Proses Cetak	85
3.2.3.2	Pra Produksi	86

3.2.3.3	Produksi	86
3.2.3.4	Pasca Produksi	86
3.3	Konsep Komunikasi	87
3.3.1	Tujuan Komunikasi	87
3.3.2	Strategi Komunikasi	88
3.4	Perencanaan Biaya	88
3.4.1	Produksi	89
3.4.2	Promosi	90
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI		91
4.1	Video <i>Feature</i>	91
4.2	Dokumentasi <i>Storyboard</i>	93
4.3	Media Pendukung	94
4.3.1	Cover DVD	94
4.3.2	Label DVD	94
4.3.3	Poster	95
4.3.4	Leaflet	96
4.3.5	Stiker	97
4.3.6	Kalender	98
4.3.7	X-Banner	98
4.3.8	<i>Hanging Mobile</i>	99
4.3.9	Jam Dinding	100
4.3.10	Mug	101
4.3.11	Web Banner	101
4.3.12	Iklan Media Cetak	102

BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	104
5.2.1 Untuk Legiun Veteran Republik Indonesia	104
5.2.2 Untuk Universitas Esa Unggul	105
5.3 Hasil Penilaian Sidang Tugas Akhir	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran I Shot List “Pengabdian Tanpa Batas”

Lampiran II Foto