

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS MATERI.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xxvii
DAFTAR TABEL	xxxiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Makna Judul	6
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Asumsi Dasar	8
1.6 Tujuan	9
1.7 Manfaat	10
1.7.1 Manfaat Bagi Institusi.....	10
1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan	11
1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat	11
1.8 Metode Perancangan.....	11

1.8.1	Metode Pengumpulan Data	11
1.8.1.1	Data Lapangan	12
	(1) Data Observasi	12
	(2) Data Wawancara	12
1.8.1.2	Data Kajian Literatur	13
	(1) Media Cetak	13
	(2) Media Elektronik	15
	(3) Dokumentasi	16
1.8.1.3	Data Kajian Karya Audio Visual Acuan	16
	(1) Alasan Pemilihan	16
	(2) Keistimewaan/Keunikan/Khusus	17
1.8.2	Metode Analisa Data.....	17
1.8.2.1	Metode Analisa Kumulatif.....	18
1.8.2.2	Analisa SWOT	18
1.8.2.3	Sintesis	19
1.9	Kerangka Pemikiran Perancangan	20
1.10	Tempat dan Tahun Produksi	21
1.11	Sistematika Penulisan.....	21
II.	TINJAUAN PUSTAKA DAN DATA	23
2.1	Tinjauan Pustaka	23
2.1.1	Komunikasi.....	23
2.1.2	Komunikasi Massa.....	25
2.1.3	Pemasaran.....	28

2.1.4	Periklanan	29
2.1.5	Promosi	32
2.1.6	Media	33
2.1.7	Visual	34
2.1.8	Audio Visual	36
2.1.9	Televisi	38
2.1.10	Program Acara Televisi.....	39
2.1.11	Program Acara Televisi Kategori Berita.....	41
2.1.12	Program Acara Televisi Format Feature.....	42
2.1.13	Proses Produksi Karya Audio visual	44
2.1.14	Kebudayaan	46
2.1.15	Keraton Sambas	48
2.1.16	Teknik Kamera Elektronik	50
2.1.16.1	Camera Angle	50
2.1.16.2	Type of Shot.....	55
2.1.16.3	Type of Character	59
2.1.16.4	Moving Camera	69
2.1.17	Copy Writing.....	71
2.1.17.1	Head Line.....	73
2.1.17.2	Sub Headline	74
2.1.17.3	Body Copy	75
2.1.18	Prinsip Desain	77
2.1.18.1	Irama.....	77

2.1.18.2	Kesederhanaan.....	79
2.1.18.3	Keseimbangan.....	80
2.1.18.4	Pusat Perhatian	82
2.1.18.5	Kesatuan.....	84
2.1.19	Aliran Gaya Desain	85
(1)	Art and Craft Movement	85
(2)	Art Nouveau.....	88
(3)	Modern.....	89
(a)	De stijl.....	90
(b)	Bauhaus	91
(4)	Art Deco.....	93
(5)	Pop Art.....	95
(6)	Postmodern	96
2.1.20	Unsur Desain	98
2.1.20.1	Garis.....	98
2.1.20.2	Bidang.....	100
2.1.20.3	Bentuk.....	101
2.1.20.4	Warna.....	102
2.1.20.5	Ruang.....	107
2.1.20.6	Gelap terang	108
2.1.20.7	Tekstur	110
2.1.20.8	Komposisi	111
2.1.20.9	Typografi	112

2.1.20.10 Lay-out	116
2.1.20.11 Gambar / ilustrasi	119
2.2 Identifikasi Data Perusahaan	125
2.2.1 Data Perusahaan	125
2.2.1.1 Nama Perusahaan.....	126
2.2.1.2 Filosofi Perusahaan	126
2.2.1.3 Visi dan Misi.....	127
2.2.1.4 Pemilik Saham.....	127
2.2.1.5 Departemen Perusahaan.....	128
2.2.1.6 Reputasi Perusahaan	128
2.2.1.7 Produk Perusahaan	129
2.2.1.8 Lokasi Perusahaan	129
2.2.2 Data Produk.....	130
2.2.2.1 Identitas Produk (Nama Program Acara Televisi)	130
2.2.2.2 Program Acara Televisi Unggulan Tiga Kategori	130
2.2.2.3 Program Acara Televisi Unggulan Kategori Berita.....	130
2.2.2.4 Program Acara Televisi Unggulan Format Feature.....	131
2.2.2.5 Keistimewaan Program Acara Televisi Format Feature.....	132

2.2.2.6	Kualitas Program Sebagai Daya Tarik Iklan Masuk	132
2.2.2.7	Segmentasi Pasar Produk Unggulan	133
2.2.2.8	Positioning Produk Unggulan	134
2.2.2.9	Target Audience	134
2.2.2.10	Foto Produk Unggulan.....	134
2.2.3	Data Pemasaran.....	135
2.2.3.1	Wilayah Pemasaran.....	136
2.2.3.2	Peluang Pemasaran	137
2.2.3.3	Strategi Pemasaran	137
2.2.4	Data Sarana visual yang Ada	138
2.2.4.1	Sarana Komunikasi Visual Eksternal.....	138
2.2.4.2	Sarana Komunikasi Visual Internal.....	138
2.3	Identifikasi Data Kompetitor	139
2.3.1	Data Perusahaan	139
2.3.1.1	Nama Perusahaan.....	140
2.3.1.2	Filosofi Perusahaan	140
2.3.1.3	Visi dan Misi.....	140
2.3.1.4	Pemilik Saham.....	142
2.3.1.5	Departemen Perusahaan.....	142
2.3.1.6	Reputasi Perusahaan	144
2.3.1.7	Produk Perusahaan	144
2.3.1.8	Lokasi Perusahaan	144

2.3.2	Data Produk.....	144
2.3.2.1	Identitas Produk (Nama Program Acara Televisi)	145
2.3.2.2	Program Acara Televisi Unggulan Tiga Kategori	145
2.3.2.3	Program Acara Televisi Unggulan Kategori Berita.....	145
2.3.2.4	Program Acara Televisi Unggulan Format Feature.....	146
2.3.2.5	Keistimewaan Program Acara Televisi Format Feature.....	147
2.3.2.6	Kualitas Program Sebagai Daya Tarik Iklan Masuk	147
2.3.2.7	Segmentasi Pasar Produk Unggulan	148
2.3.2.8	Positioning Produk Unggulan	149
2.3.2.9	Target Audience	149
2.3.2.10	Foto Produk Unggulan.....	152
2.3.3	Data Pemasaran.....	152
2.3.3.1	Wilayah Pemasaran.....	153
2.3.3.2	Peluang Pemasaran	156
2.3.3.3	Strategi Pemasaran	157
2.3.4	Data Sarana visual yang Ada	157
2.3.4.1	Sarana Komunikasi Visual Eksternal.....	157

2.3.4.2	Sarana Komunikasi Visual Internal.....	158
2.4	Data Pendukung	158
2.4.1	Tabulasi Data Survey Terhadap Obyek Penelitian.....	159
2.4.2	Tabulasi Data Wawancara Terkait dengan Obyek Penelitian.....	159
2.4.3	Tabulasi Data Karya Acuan	160
2.5	Analisa Data	161
2.5.1	Analisa SWOT.....	161
2.5.2	USP	163
2.5.3	Positioning.....	164
2.5.4	Segmentasi Pasar.....	164
2.6	Asumsi Dasar.....	165
2.7	Sintesis.....	165
III.	KONSEP PENCIPTAAN	167
3.1	Konsep Pemasaran.....	167
3.1.1	Tujuan Pemasaran.....	168
3.1.2	Strategi Pemasaran	169
3.1.3	Tujuan Promosi	170
3.1.4	Strategi Promosi.....	171
3.1.5	Tujuan periklanan	172
3.1.6	Strategi periklanan	173
3.1.7	Biaya Periklanan	174
3.2	Konsep Media	177

3.2.1	Tujuan Media.....	177
3.2.2	Stategi Media.....	177
3.2.3	Paduan Media	179
3.2.3.1	Media Utama.....	179
3.2.3.1.1	Media Above The Line	179
3.2.3.1.2	Media Below The Line	180
3.2.3.1.3	Visual Merchandising.....	180
3.2.4	Program Media	181
3.2.4.1	Video Program Acara Televisi Format Feture	181
3.2.4.2	Rack Display	184
3.2.4.3	Spanduk.....	185
3.2.4.4	Umbul-umbul.....	187
3.2.4.5	X-Banner.....	188
3.2.4.6	Poster.....	189
3.2.4.7	Hanging Mobile.....	191
3.2.4.8	Leaflet	192
3.2.4.9	Iklan Koran.....	194
3.2.4.10	Iklan Majalah.....	195
3.2.4.11	Iklan Audio Visual (60 Detik)	196
3.2.4.12	T-Shirt Promosi.....	198
3.2.4.13	Cover DVD.....	199
3.2.4.14	Shopping Bag	200

3.2.4.15	Kalender 12 Bulanan	201
3.2.4.16	Gantungan Kunci	203
3.2.4.17	Buku Catatan	204
3.2.4.18	Pen.....	205
3.2.4.19	Mug	206
3.2.4.20	Pin.....	207
3.2.4.21	Stiker	208
3.2.5	Biaya Media	209
3.3	Konsep Kreatif.....	214
3.3.1	Tujuan Kreatif.....	214
3.3.2	Strategi Kreatif Rancangan Video feature	216
3.3.2.1	Target Audience	216
3.3.2.2	Upaya Pelestarian Cagar Budaya.....	217
3.3.2.3	Upaya Penyebaran Pengetahuan Pada Masyarakat	220
3.3.2.4	Isi Konteks Dalam Urutan Segmen	220
3.3.2.5	Komponen Visual Sebagai Penguat Konteks	221
3.3.2.6	Materi Program Acara Televisi Kategori Berita	222
3.3.2.7	Materi Program Acara televisi Format Feature	223
3.3.2.8	Jenis Video Budaya.....	223

3.3.2.9	Format Video Digital.....	224
3.3.2.10	Frame Size DV 720x576	224
3.3.2.11	Aspek Ratio (4:3).....	225
3.3.2.12	System Televisi PAL	225
3.3.2.13	Kamera Video.....	226
3.3.2.14	Bahan Baku Video.....	227
3.3.2.15	Editing Non Linier	228
3.3.2.16	Program Editing.....	229
3.3.2.17	Sistem Komputer.....	230
3.3.2.18	Durasi 24 Menit	230
3.3.2.19	Alur Cerita.....	231
3.3.2.20	Sinopsis	232
3.3.2.21	Naskah	232
3.3.2.22	Sumber Materi Konteks.....	233
3.3.3	Strategi Kreatif Sarana Komunikasi Visual.....	234
3.3.3.1	Target Audience	234
3.3.3.2	Isi Pesan.....	235
3.3.3.3	Estetis Filosofis.....	236
3.3.3.4	Pemakaian Gaya Desain.....	236
3.3.3.5	Bentuk Pesan	238
3.3.3.5.1	Pesan Herbal/Copywritting.....	238
	(1) Headline	238
	(2) Sub Headline	239

(3) Body Copy.....	240
3.3.3.5.2 Pesan Visual/Art Directing.....	241
(1) Camera Angle	242
(2) Type of Shot.....	243
(3) Type of Character	244
(4) Moving Camera.....	245
(5) Lighting.....	246
(6) Pengadegan.....	246
(7) Properti.....	247
(8) Kostum	248
(9) Setting Lokasi	248
(10) Prinsip Desain	249
(a) Irama	249
(b) Kesederhanaan.....	250
(c) Keseimbangan	251
(d) Pusat Perhatian	252
(e) Kesatuan.....	253
(11) Unsur Desain	254
(a) Garis.....	254
(b) Bidang	255
(c) Bentuk	256
(d) Warna.....	257
(e) Ruang.....	259

	(f) Gelap Terang	260
	(g) Tekstur	261
	(h) Komposisi.....	261
	(i) Tipografi	262
	(j) Layout.....	263
	(k) Gambar/Illustrasi	264
3.3.3.6	Program Kreatif.....	265
3.3.3.7	Biaya Kreatif.....	269
IV.	PEMBAHASAN	275
4.1	Kajian Komunikasi.....	275
4.1.1.	Komunikator	275
	(1) Televisi.....	275
	(2) Pembuat Karya Audio Visual.....	276
	(a) Produser	276
	(b) Sutradara	276
	(c) Penulis Naskah.....	277
	(d) Juru Kamera	277
	(e) Editor	278
4.1.2.	Komunikan.....	278
4.1.3	Media	279
4.1.4	Pesan.....	279
4.1.5	Efek.....	280
4.1.6	Umpan Balik	280

4.2 Kajian Karya	280
4.2.1 Pra Produksi	281
(1) Melakukan Observasi Dilapangan	281
(2) Ide.....	282
(3) Program Televisi	282
(4) Format	283
(5) Sinopsis	283
(6) Naskah	284
(7) Perencanaan Biaya	303
(8) Peralatan	305
(9) Rundown	305
(10) Crew	307
4.2.2 Produksi.....	307
(1) Segment 1	308
(a) Scene 1	308
(b) Scene 2.....	308
(c) Scene 3.....	308
(d) Scene 4.....	309
(e) Scene 5.....	309
(f) Scene 6.....	309
(g) Scene 7.....	309
(2) Segment 2	310
(a) Scene 1.....	310

(b) Scene 2	310
(c) Scene 3	310
(d) Scene 4	311
(e) Scene 5	311
(f) Scene 6	311
(g) Scene 7	312
(h) Scene 8	312
(i) Scene 9	312
(j) Scene 10	312
(k) Scene 11	313
(l) Scene 12	313
(m) Scene 13	313
(n) Scene 14	314
(o) Scene 15	314
(3) Segment 3	314
(a) Scene 1	314
(b) Scene 2	315
(c) Scene 3	315
(d) Scene 4	315
4.2.2.Pasca Produksi.....	315
(1) Editing Offline	316
(a) Segment 1	316
(b) Segment 2.....	318

(c) Segment 3	321
(2) Editing Online	322
V. PENUTUP	324
5.1 Kesimpulan.....	324
5.2 Saran.....	325
DAFTAR PUSTAKA.....	328